

التحليل السيميائي بنظرية تشارلز ساندرس بيرس في إعلان "اتباع
التعليمات الصحية" في قناة يوتيوب لوزارة الصحة السعودية

بحث جامعي

إعداد:

ثانية خيرة البرية

رقم القيد: ١٧٣١٠١١٧



قسم اللغة العربية وأدبها

كلية العلوم الإنسانية

جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج

٢٠٢١

التحليل السيميائي بنظرية تشارلز ساندرس بيرس في إعلان "اتباع التعليمات الصحية" في قناة يوتيوب لوزارة الصحة السعودية

بحث جامعي

مقدم لاستيفاء شروط الاختبار النهائي للحصول على درجة سرجانا (S-1)

في قسم اللغة العربية وأدبها كلية العلوم الإنسانية

جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج

إعداد:

ثانية خيرة البرية

رقم القيد: ١٧٣١٠١١٧

المشرف:

عارف رحمن حكيم، الماجستير

رقم التوظيف: ١٩٨١١١١٣٢٠١٨٠٢٠١١١٧٥



قسم اللغة العربية وأدبها

كلية العلوم الإنسانية

جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج

٢٠٢١

تقرير الباحثة

أفيدكم علما بأنني الطالبة :

الاسم : ثانية خيرة البرية

رقم القيد : ١٧٣١٠١١٧

موضوع البحث : التحليل السيميائي بنظرية تشارلز ساندرس بيرس في إعلان "اتباع

التعليمات الصحية" في قناة يوتيوب لوزارة الصحة السعودية.

حضرته وكتبته بنفسى وما زدت من إبداع غيري أو تأليف الآخر. وإذا ادعى أحد في المستقبل أنه من تأليفه ويتبين أنه من غير بحثي، فأنا أتحمل المسؤولية على ذلك ولن تكون المسؤولية على المشرف أو مسؤولي قسم اللغة العربية وأدبها كلية العلوم الإنسانية جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

تحرير بمالانج، ٧ يونيو ٢٠٢١ م

الباحثة

ثانية خيرة البرية

رقم القيد: ١٧٣١٠١١٧

تصريح

هذا تصريح بأن رسالة البكالوريوس للطالبة باسم ثانية خيرة البرية تحت العنوان التحليل السيميائي بنظرية تشارلز ساندرس بيرس في إعلان "اتباع التعليمات الصحية" في قناة يوتيوب لوزارة الصحة السعودية. قد تم بالتفتيش والمراجعة من قبل المشرف وهيصالحة لتقديم إلى مجلس المناقشة لاستيفاء شروط الإختبار النهائي للحصول على درجة البكالوريوس في قسم اللغة العربية وأدبها كلية العلوم الإنسانية جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

مالانج، ٧ يونيو ٢٠٢١ م

المواقف

رئيس قسم اللغة العربية وأدبها

الدكتور حليمي، الماجستير

المشرف

عارف رحمن حليمي، الماجستير

رقم التوظيف: ١٩٨١١١١٣٢٠١٨٠٢٠١١١٧٥ رقم التوظيف: ١٩٧١٠٩١٢٢٠٠٩٠١١٠٠٨

المعرفة



رقم التوظيف: ١٩٦٦٠٩١٠١٩٩١٠٣٢٠٠٢

تقرير لجنة المناقشة

لقد تمت مناقشة هذا البحث الجامعي الذي قدمته:

الاسم : ثانية خيرة البرية

رقم القيد : ١٧٣١٠١١٧

العنوان : التحليل السيميائي بنظرية تشارلز ساندرس بيرس في إعلان "اتباع

التعليمات الصحية" في قناة يوتيوب لوزارة الصحة السعودية.

وقررت اللجنة نجاحها واستحقاقها درجة سرجانا في قسم اللغة العربية وأدبها لكلية العلوم

الإنسانية بجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

تحريرا بمالانج، ٨ يونيو ٢٠٢١ م

لجنة المناقشة

١- عارف مصطفى، الماجستير

رقم التوظيف: ١٩٧٩٠١١٥٢٠٠٧١٠١٠٠٤

٢- عبد الرحمن، الماجستير

رقم التوظيف: ١٩٧٤٠٦١٠٢٠٠٥٠١١٠٠٣

٣- عارف رحمن حكييم، الماجستير

رقم التوظيف: ١٩٨١١١١٣٢٠١٨٠٢٠١١١٧٥

التوقيع

()

(رئيس اللجنة)

()

(المختبر الرئيسي)

()

(السكرتير)



رقم التوظيف: ١٩٦٦٠٩١٠١٩٩١٠٢٢٠٠٢

الإهداء

أهدي هذا البحث الجامعي إلى :

أبي المحبوب ويجي ويوبو وأمي المحبوبة تيتيك مخلصه

أختي المحبوبة أولى مرآة الناس فراتيوي.

توطئة

الحمد لله الذي خلق الإنسان في أحسن تقويم، وأشكره سبحانه وتعالى على كمال الإيمان والإسلام، وعلى جميع نعمه كلها ما علمت وما لم أعلم، والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله وأصحابه وبارك وسلم.

قد تمت هذا البحث الجامعي تحت العنوان " التحليل السيميائي بنظرية تشارلز ساندرس بيرس في إعلان "اتباع التعليمات الصحية" في قناة يوتيوب لوزارة الصحة السعودية. فأقدم كلمة الشكر لمن أرشدها، وشجعها، وساعدها في إكمال هذا البحث الجامعي خصوصا إلى:

- ١ - فضيلة الأستاذ الدكتور عبد الجارس، مدير جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية بمالانج.
 - ٢ - فضيلة الدكتورة شافية الماجستير، عميدة كلية العلوم الإنسانية.
 - ٣ = فضيلة الدكتور حليمي الماجستير، رئيس قسم اللغة العربية وأدبها.
 - ٤ - فضيلة عارف رحمن حكيم الماجستير، المشرف في إعداد هذا البحث الذي قد ساعدني وأعطاني الاقتراحات النافعة.
 - ٥ - جميع المعلمين في قسم اللغة العربية وأدبها.
 - ٦ - جميع أصحابي في قسم اللغة العربية وأدبها خصوصا إلى قدرة ولؤلؤ وألدا وبوتري الذين دافعوني وساعدوني في إكمال هذا البحث الجامعي.
- عسى الله أن يجعل أعيالهم خالصة لوجه الله تعالى ويجزيهم جزاء كثيرا.

مالانج، ٧ يونيو ٢٠٢١ م

الباحثة،

ثانية خيرة البرية

مستخلص البحث

البرية، ثانية خيرة. ٢٠٢١. التحليل السيميائي بنظرية تشارلز ساندروز بيرس في إعلان

"اتباع التعليمات الصحية" في قناة يوتيوب لوزارة الصحة السعودية. البحث

الجامعي. قسم اللغة العربية وأدبها كلية العلوم الإنسانية جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

المشرف : عارف رحمن حكيم، الماجستير

الكلمات الرئيسية: إعلان، يوتيوب، سيميائية.

الإعلان هو رسالة مدفوعة من قبل الطرف الذي يرسل الإعلان ويهدف إلى إعلام الجمهور أو التأثير عليه. يوتيوب هي إحدى وسائل الإعلام التكنولوجية سريعة النمو، وخاصة المحتوى الإعلاني. يرتبط موقع يوتيوب الذي يحتوي على محتوى إعلاني ارتباطاً وثيقاً بالمعنى، حيث يجب دراسة المعنى بشكل صحيح حتى يمكن فهمه جيداً أيضاً. إعلان "اتباع التعليمات الصحية" الذي نشرته وزارة الصحة على قناتها على موقع يوتيوب عبارة عن محتوى إعلاني على موقع يوتيوب. السيميائية هي دراسة العلامات التي لها معنى فيها. يدرس اللغويون علم السيميائية على نطاق واسع ويحظى بشعبية كبيرة اليوم. كان الغرض من هذه الدراسة هو معرفة كيف تم تحليل إعلان "اتباع التعليمات الصحية" على قناة يوتيوب التابعة لوزارة الصحة السعودية باستخدام نظرية تشارلز ساندروز بيرس السيميائية.

استخدمت الباحثة بهذه البحث منهجاً وصفيًا كفيًا. يعد هذا البحث أيضاً نوعاً من البحث المكتبي لأنه يفحص المستندات في شكل كتب أدبية ومجلات ومصادر بيانات أخرى في المكتبة. تقنية جمع البيانات المستخدمة هي تقنية المشاهدة والاستماع ولقطة الشاشة والكتابة. بينما تقنية تحليل البيانات المستخدمة هي تقنية Milles و Huberman والتي تتكون من ٤ مراحل، وهي جمع البيانات وتقليل البيانات وعرض البيانات واستخلاص النتائج.

نتيجة هذا البحث هي (١) ١٠ علامات في شكل مرئيات للمرضى والأجهزة الطبية والأقارب وعائلاتهم. (٢) يحتوي على ٣٩ كائنًا يمكن رؤيتها وسماعها باستخدام الحواس الخمس في شكل صور وأصوات. (٣) يُفسر على النحو التالي: اتباع التعليمات الصحية له قدرة فعالة على تثقيف المجتمع العربي من خلال وصمة العار السلبية بسبب عدم الإلتزام بالتعليمات الصحية.

ABSTRACT

Bariyyah, Tsania Khoirotul. 2021. *Semiotic Analysis of Charles Sanders Peirce on Comply With Health Protocol Ads From Youtube Channel of The Ministry Health of Saudi Arabia*. THESIS. Department of Arabic Language and Literature, Faculty of Human Sciences, Maulana Malik Ibrahim Islamic State University, Malang.

Supervisor: Arif Rahman Hakim, M. Pd. I

Keywords: Advertisement, youtube, semiotic.

Advertising is a paid message by the party who sends the advertisement and is intended to inform or influence the public. Youtube is one of the rapidly growing technology media, especially advertising content. Youtube with advertising content is closely related to meaning, where meaning must be studied properly so that it can be understood well too. The ad "obey the health protocol" published by the Ministry of Health on its YouTube channel is an ad content on YouTube. Semiotics is the study of signs, which have meaning in them. The science of semiotics is widely studied by linguists and is very popular today.

The purpose of this study was to find out how the advertisement "obey the health protocol" on the YouTube channel of the Saudi Arabian Ministry of Health was analyzed using Charles Sanders Peirce's semiotic theory.

This research is a descriptive qualitative research type. This research is also a type of library research because it examines documents in the form of literature books, journals, and other data sources in the library. The data collection technique used is the watch, listen, screenshot and note-taking technique. While the data analysis technique used is the Milles and Huberan technique which consists of 4 stages, namely data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results obtained by researchers in this study are 1) That the advertisement has 10 signs in the form of visuals of patients, medical devices, relatives and their families. 2) It has 39 objects that can be seen and heard using the five senses in the form of images and sounds. 3) Interpreted as follows: adhering to health protocols has an effective ability to educate the Arab community through negative stigma due to not complying with health protocols.

ABSTRAK

Bariyyah, Tsania Khoirotul. 2021. *Analisis Semiotika Berdasarkan Perspektif Charles Sanders Peirce Pada Iklan “Patuhi Protokol Kesehatan” dari Channel Youtube Kementerian Kesehatan.* SKRIPSI. Jurusan Bahasa dan Sastra Arab, Fakultas Humaniora, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.

Pembimbing: Arif Rahman Hakim, M. Pd. I

Kata kunci: Iklan, youtube, semiotika.

Iklan merupakan pesan yang dibayar oleh pihak yang mengirimkan iklan dan dimaksudkan untuk menginformasikan atau mempengaruhi publik. Youtube merupakan salah satu media teknologi yang berkembang dengan pesat, apalagi konten iklan. Youtube dengan konten iklan erat kaitannya dengan makna, dimana makna harus dikaji dengan baik sehingga mampu dipahami dengan baik pula. Iklan “patuhi protokol kesehatan” yang dipublish oleh kementerian kesehatan di channel youtubenya adalah satu konten iklan yang ada di youtube. Semiotika merupakan studi yang mempelajari tentang tanda, yang erdapat makna didalamnya. Ilmu semiotik banyak dikaji oleh pakar bahasa dan sangat populer hingga saat ini.

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui bagaimana iklan “patuhi protokol kesehatan” di channel youtube kementerian kesehatan Saudi Arab dianalisis menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce.

Penelitian ini termasuk penelitian jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. penelitian ini juga termasuk jenis penelitian pustaka karena pengkajian dokumen baik berupa buku literatur, jurnal, dan sumber data lainnya yang ada di perpustakaan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik tonton, simak, screenshot dan catat. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah teknik Milles dan Huberman yang terdiri dari 4 tahap, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dalam penelitian ini adalah 1) Iklan tersebut memiliki 10 sign/tanda yang berupa visual pasien, alat-alat kesehatan, kerabat dan keluarganya. 2) Memiliki 39 objek yang bisa dilihat dan didengar menggunakan panca indera berupa gambar dan suara. 3) Diinterpretasikan sebagai berikut: iklan patuhi protokol kesehatan memiliki kemampuan yang efektif untuk mengedukasi masyarakat arab melalui stigma negatif akibat tidak mematuhi protokol kesehatan.

محتويات البحث

أ	تقرير الباحثة.....
ب	تصريح.....
د	الاستهلال.....
هـ	الإهداء.....
و	توطئة.....
ح	المستخلص باللغة العربية.....
ط	المستخلص باللغة الإنجليزية.....
ي	المستخلص باللغة الإندونيسية.....
ك	محتويات البحث.....
١	الباب الأول: المقدمة.....
١	أ. خلفية البحث.....
٥	ب. أسئلة البحث.....
٥	ج. أهداف البحث.....
٦	د. فوائد البحث.....
٦	و. الدراسات السابقة.....
١١	ز. منهج البحث.....
١٥	الباب الثاني: الإطار النظري.....
١٥	أ. مفهوم السيميائية.....
١٩	ب. سيميائية تشارلز ساندرز بيرس.....
٢٤	ج. مفهوم الإعلانات.....
٢٥	د. أنواع الإعلانات.....
٢٨	هـ. وظائف الإعلانات.....

٣٦الباب الثالث: عرض البيانات وتحليلها
٣٧أ. تفسيرية الإعلان "اتباع التعليمات الصحية"
٦٥الباب الرابع: الخلاصة والمقترحات
٦٥أ. الخلاصة
٦٦ب. الإقتراحات
٦٧قائمة المراجع
٧٠سيرة ذاتية

قائمة الجدول

٧	جدول ١ . دراسات السابقة
١٣	جدول ٢ . جدول مثلث المعنى تشارلز ساندرز
٢١	جدول ٣ . جدول نهج الإشارة القائم على تشارلز ساندر بيرس
٥٥	جدول ٤ . التصنيف الاشارات

قائمة الصور

- الصورة ٣,١ عنوان الاعلان..... ٣٠
- الصورة ٣,٢ حالة المريض..... ٣٣
- الصورة ٣,٣ حالة المريض..... ٣٣
- الصورة ٣,٤ المصاب بحالة الطارة من التعرض لفيروس كورونا..... ٣٤
- الصورة ٣,٥ المريض يستخدم بجهاز التنفس الصناعي..... ٣٤
- الصورة ٣,٦ تنقيط..... ٣٥
- الصورة ٣,٧ المريض غير قادر على التنفس على الرغم من تركيب جهاز التنفس الصناعي..... ٣٥
- الصورة ٣,٨ أداة لكشف نبضات قلب المريض..... ٣٥
- الصورة ٣,٩ أسباب التعرض لفيروس كورونا..... ٣٧
- الصورة ٣,١٠ أسباب التعرض لفيروس كورونا..... ٣٧
- الصورة ٣,١١ لمس المريض مقبض العربة (عربة التسوق)..... ٣٨
- الصورة ٣,١٢ يأخذ المريض البقالة على رف المتجر..... ٣٨
- الصورة ٣,١٣ يلمس المريض مقبض الثلاجة ويفتحه..... ٣٩
- الصورة ٣,١٤ يفرك المريض عينيه بيديه..... ٣٩
- الصورة ٣,١٥ لا يلتزم المريض بقواعد مكان التسوق..... ٣٩
- الصورة ٣,١٦ قائمة انتظار المريض..... ٤٠
- الصورة ٣,١٧ يقف المرضى في الطابور دون رؤية علامة على مكان الانتظار..... ٤٠
- الصورة ٣,١٩ أسباب التعرض لفيروس كورونا..... ٤٠
- الصورة ٣,٢٠ أسباب التعرض لفيروس كورونا..... ٤٢
- الصورة ٣,٢١ أنفاس المريض تؤلم بالفعل..... ٤٢
- الصورة ٣,٢٢ المريض يذرف الدموع..... ٤٣

- الصورة ٣,٢٣ يد تمسك أدوات المائدة..... ٤٣
- الصورة ٣,٢٤ المريض يحتضن ابنته..... ٤٤
- الصورة ٣,٢٥ المريض يتحدث مع زوجته..... ٤٤
- الصورة ٣,٢٦ ثواني وفاة المريض..... ٤٦
- الصورة ٣,٢٨ يتواصل المريض جسديًا مع أقاربه..... ٤٧
- الصورة ٣,٢٩ يصفح المريض أقاربه..... ٤٧
- الصورة ٣,٣٠ المريض يحمل البطاقة..... ٤٨
- الصورة ٣,٣١ المريض يتحدث مع أقاربه..... ٤٨
- الصورة ٣. يبدو تخطيط القلب (جهاز قياس معدل ضربات القلب) بطيئًا..... ٤٨
- الصورة ٣,٣٣ استيقظ المريض فجأة على صوت تناديه ابنته..... ٤٩
- الصورة ٣,٣٤ مات المريض..... ٤٩
- الصورة ٣,٣٥ وكتب عن إصابة ٢٢ شخصا بفيروس كورونا..... ٤٩
- الصورة ٣,٣٦ وكتب أن هناك ٣ مرضى خرجين بسبب تعرضهم لفيروس كورونا ... ٥٠
- الصورة ٣,٣٧ وقد كتب أيضًا أنه من خلال الحفاظ على مسافة بيننا والعيش بصحة
جيدة، يمكننا مواصلة حياتنا..... ٥٠

الباب الأول

المقدمة

أ- خلفية البحث

يتطور تكنولوجيا المعلومات بسرعة كبيرة مما يؤدي إلى تقدم تكنولوجيا المعلومات ومن المثير للاهتمام أن نرى، لا توجد وسائط معلومات جماهيرية تستخدم كوسيلة تلعب دورًا مهمًا في المجتمع. تستند المشاكل المختلفة الموجودة في وسائل الإعلام اليوم إلى أيديولوجية السلطات. كما يرى أنطونيو غرامشي وسائل الإعلام على أنها مساحة لتقديم الأيديولوجيا. تستخدم وسائل الإعلام لنشر الأيديولوجية من قبل الرأسماليين من خلال المعلومات المنقولة. واحد منهم من خلال الإعلان (دارماوان، ٢٠٢١: ١).

تعمل وسائل الإعلام المختلفة، سواء كانت مطبوعة أو إلكترونية أو رقمية، على الابتكار باستمرار لإنشاء مفاهيم إعلانية فعالة وفعالة لبيع المنتجات المختلفة. يتم اختيار الإعلان كوسيلة فعالة للاتصال التسويقي في تقديم المنتج. وفقًا لـ (بيليانج)، ليس من المبالغة القول إن الإعلان والتلفزيون ووسائل الإعلام المطبوعة والمعارض التجارية لم تعد مجرد خطابات لتوصيل منتجات واتجاهات جديدة، ولكنها تطورت إلى شكل من أشكال المشهد الجماهيري (وينارني، ٢٠١٠).

بعض المنتجات التجارية هي من السهل العثور على فهم الإعلان. التأثير على المستهلكين هو الغرض من الإعلانات المقنعة. وفيما يتعلق بمسألة تغير المناخ في المستقبل، يجب أن نسعى إلى تحسين المستوى التكنولوجي للتنمية المستدامة، وأن نلعب دورًا أكبر في مسألة تغير المناخ في المستقبل. الإعلانات الخاصة بهم هي متنوعة جدًا، مثل الإعلانات المطبوعة والإلكترونية على الإنترنت ووسائل الإعلام مثل إنستغرام، الفيسبوك، تويتر، يوتيوب (وولانداري، ٢٠٢٠: ١).

الإعلان هو شكل من أشكال الاتصال الجماهيري الذي يهدف إلى إقناع الجمهور. يجب أن يتم الاتصال المرئي، وخاصة الإعلان، بطريقة متعددة الأوجه والأبعاد لجذب الانتباه والاستجابة الإيجابية من الجمهور. اللغة هي الوسيلة الرئيسية في الاتصال الإعلاني بالإضافة إلى الصور والألوان. تمت كتابة العديد من الآراء حول معنى الإعلان، على سبيل المثال من قبل دون وباربان الذي كتب أن الإعلان هو شكل من أشكال نشاط الاتصال غير الشخصي الذي يتم نقله عبر وسائل الإعلام عن طريق دفع الأموال التي يستخدمها لنقل رسائل مقنعة إلى المستهلكين عن طريق الشركات والمؤسسات غير التجارية وكذلك المصالح الخاصة (ويديا تاما ٢٠٠٩ في محمد ليراديك، ٢٠١٥).

من بين العديد من وسائل الإعلام المتاحة، يوتيوب هو شكل من أشكال وسائل الإعلام الإلكترونية. يوتيوب هو وسيلة فعالة جدا للإعلان على الإنترنت. لأن يوتيوب يعمل بكفاءة عن طريق إرسال رسائل إلى كل من الصور والصوت. الإعلانات اليومية على يوتيوب، وكثير من الناس مشاهدة يوتيوب من الأطفال إلى الآباء والأمهات. وهكذا، فإن تغير المناخ مشكلة أكثر خطورة (جاياكوسوما، ١٩٨١: ١٥).

وفقًا لقانون المذيع، يتم تقسيم أنواع الإعلانات إلى نوعين، وهما الإعلانات التجارية الإذاعية (التجارية) وإعلانات الخدمة العامة. وهذا ما أكدته أن الإعلان ينقسم إلى شكلين، هما الإعلانات التجارية وإعلانات الخدمة العامة. إعلانات الخدمة العامة ليست مثل إعلانات السلع والخدمات التجارية، ولكنها تقدم رسائل اجتماعية تهدف إلى زيادة الوعي العام بعدد من المشاكل التي يجب أن يواجهوها، وهي الظروف التي يمكن أن تهدد الانسجام والحياة العامة. عادة ما يتم إنتاج إعلان الخدمة العامة من قبل الحكومة أو منظمة لتقديم أكبر قدر ممكن من المعلومات للجمهور (جاياكوسوما، ١٩٨١: ١٧).

مثل إعلانات الخدمة العامة التي تظهر الآن على يوتيوب، بهدف توفير التعليم والمعلومات والنداءات والدعوات للقلق بشأن أشياء مختلفة تستهدف جميع مستويات المجتمع، مثل سلوك توفير الطاقة، والاحتباس الحراري، والمرض، والأموال المزيفة، تنظيم الأسرة، المشاركة السياسية، في الانتخابات أو القضايا البيئية(دارماوان، ٢٠٢١: ٣٤).

في الوقت الحالي، تُصدم إندونيسيا بمرض يُشار إليه غالبًا باسم فيروس كورونا أو يُسمى أيضًا كوفيد-١٩ الذي انتشر في إندونيسيا مع المرضى الذين يستمرون في الزيادة من يوم لآخر. أصبحت وسائل الإعلام الجماهيري ووسائل الإعلام عبر الإنترنت من وسائل الإعلام الفعالة للغاية في نشر الأخبار، ومن بينها وسائل الإعلان. الإعلانات أو التحذيرات الصادرة عن الحكومة بشأن هذا الفيروس هي إحدى جهود الحكومة في منع انتقال فيروس كوفيد-١٩. وتوجه الحكومة نداءً للأشخاص للحجر الصحي على أنفسهم أو البقاء في المنزل والحفاظ على النظافة من خلال غسل أيديهم بعناية و القيام بأي أنشطة ضرورية، وعادة ما تتم خارج الغرفة للقيام بأنشطة تتم في المنزل، كما يتم أداء العبادة في المنزل أو المدرسة في المنزل أو من خلال وسائل الإعلام عبر الإنترنت(دارماوان، ٢٠٢١: ٤٣).

بناءً على الظاهرة المذكورة أعلاه، يهتم الباحثون بإجراء بحث باستخدام التحليل السيميائي لتشارلز ساندر بيرس للإعلان "اتباع التعليمات الصحية" الذي نشرته وزارة الصحة السعودية في ١٤ أبريل ٢٠٢٠. والغرض من هذا البحث هو تثقيف التزام المجتمع السعودي باتباع التعليمات الصحية، لأن فيروس كورونا فيروس خطير ومن السهل جدا نقله (باكر، ٢٠٠٦: ٢٥).

مصطلح السيميائية يأتي من الكلمة اليونانية *semeion*. يذكر بانوتي سودجيمان وفان زويست أن السيميائية تعني إشارات أو إشارات في نظام رموز

أكبر، بينما تدرس الحقول العملية انطباع استخدام الرموز في عملية الاتصال. باستخدام المقاربة السيميائية، يمكن للمرء تحليل المعنى الصريح والضمني وراء استخدام الرموز في حياة الإنسان (باكر، ٢٠٠٦: ٢٨).

من أجل أن تكون الرسائل اللفظية والمرئية قادرة على جذب انتباه المستهلكين المحتملين، فإن عمل تصميم تصميم الاتصالات المرئية - في هذه الحالة يجب أن يقدم الإعلان التفرد والامتياز والخصوصية، وهو شيء أو علامة تجارية للعثور على هوية المنتج أو الخدمة التي سيتم تداولها (فيليانغ، ٢٠٠٩: ٣).

في الأساس، تتكون الرموز المستخدمة في الإعلان من نوعين، هما اللفظية وغير اللفظية. الرموز اللفظية هي اللغة المألوفة لدينا؛ الرموز غير اللفظية هي الأشكال والألوان المعروضة في الإعلانات، والتي لا تحاكي على وجه التحديد مظهر شكل الواقع. الأيقونات هي أشكال وألوان تشبه المواقف الفعلية أو تشبهها مثل صور الكائنات أو الأشخاص أو الحيوانات. يتم استخدام الرموز هنا كرموز. تشمل دراسة نظام اللافتات في الإعلان أيضاً الأشياء. موضوع الإعلان هو الشيء الذي يتم الإعلان عنه. في إعلان المنتج أو الخدمة، يكون المنتج أو الخدمة هو الهدف. المهم في دراسة الإعلان هو تفسير المجموعة المستهدفة في عملية الترجمة (صابور، ٢٠١٨: ١١٣-١١٤).

ب- أسئلة البحث

على ما تم وصفه في الخلفية، فإن أسئلة البحث هي كيف التحليل السيميائي في إعلان "اتباع التعليمات الصحية" بناءً على نظرية تشارلز ساندرز بيرس؟

ج- أهداف البحث

أهداف هذا البحث هي لمعرفة التحليل السيميائي في إعلان "اتباع التعليمات الصحية" بناءً على نظرية تشارلز ساندرز بيرس.

د- فوائد البحث

لهذا البحث تحت العنوان "التحليل السيميائي بنظرية تشارلز ساندرز بيرس في إعلان "اتباع التعليمات الصحية" في قناة يوتيوب لوزارة الصحة السعودية" فيه الفوائد النظرية والفوائد التطبيقية.

أما الفوائد النظرية الموجودة في هذا البحث هي:

١- لتعمّق بالدراسة اللغوية خاصة في العلوم السيميائية عن الإشارات والموضوعات والتفسيرات في الإعلان.

٢- للمصادر والمعلومات في دراسة

٣- أن يكون هذا البحث قادراً على المشتركة بالأفكار في فهم اللغة العربية خاصة في علم السيميائية.

وأما الفوائد التطبيقية الموجودة في هذا البحث هي:

١- للجامعة

لترقية المصادر العلمية في جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. كالبحت المقارن للدراسة التالية.

٢- لكلية

لتوفّر المصادر في دراسة علم اللغة خاصة في علم السيميائية. كالبحث
المقارن للدراسة التالية.

٣- للباحثة نفسها

- أ) لزيادة المعلومات في العلوم السيميائية عن الإشارات والموضوعات
والتفسيرات في الإعلان.
- ب) لزيادة المعارف في دراسة علم السيميائية للباحثة التي هي متعلمة بقسم
اللغة العربية وأدبها.

هـ- الدراسات السابقة

- ١- رانيا. ٢٠٢٠. تحليل مضمون إعلان "السّكري" من قبل وزارة الصحة
السعودية على أساس نظرية مثلث المعنى لتشارلز. البحث الجمعي، قسم اللغة
العربية وأدبها، كلية العلوم الإنسانية، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية
الحكومية مالانج. نوع البحث الذي استخدمتها هي البحث النوع مع النتائج:
تم العثور على ٢٨ صورة تم تقسيمها إلى ٥ مشاهد، المشهد الأول به خمس
صور، المشهد الثاني بأربع صور، المشهد الثالث سبع صور، المشهد الرابع
خمس صور، المشهد الخامس سبع صور. ثم تظهر الصور المضمنة في المشهد
معنى الإشارة والموضوع والمفسر.
- ٢- عين رشيدة. ٢٠١٩. تصور الرسائل في الإعلانات العامة بالشرق الأوسط
(دراسة سيميوطيقية). نوع البحث الذي استخدمتها هي البحث النوع مع
النتائج: من شكل التصور، هناك ٤ طكونات يجب أن تكون موجودة في
تصور الرسائل في إعلانات الخدمة العامة، وهي المشاهد والألوان والأصوات
والأشياء الاعمة. أيضا الرسائل الأخلاقية في حياة الناس مثل الجاء المساعدة
والتسامح المتبادل في الدين.

- ٣- ذوالفقار دلياًودين. ٢٠١٨. *Representasi Iklan Layanan Masyarakat*
"Sadari Kanker Payudara" Dalam Perspektif Komunikasi

Kesehatan. البحث الجمعي كلية دعوة والإتصال بجامعة الإسلامية الحكومية سونان أمبيل سورابايا. استخدمت في هذ نوع البحث بهدف معرفة تمثيل إعلانات الخدمة العامة لسرطان الثدي في منظور التوصيل الصحي بناء على تحليل تشارلز ساندر بيرس. حصلت هذه البحث يعني: هناك علامات مثل الصور المتحركة لجسم المرأة وهي ترفع يدها، ورسوم متحركة لامرأة تقف منتصبه ويدها على ثديها، رسوم متحركة لجسد امرأة تجلس أثناء تدليك ثديها، أشساء مثل الرسوم المتحركة ثلاث قطع، موسيقى، نص، وتفسيرات مثل المشاهد التي تشرح خصائص سرطان الثدي، تقدم المشورات نصائح حول الانتباه بشكل روتيني.

٤- مارسيلا، أنيس. 2018. *"Citra Perempuan Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Pada Iklan Shampoo Sunsilk Berhijab dan Non Hijab)"*. البحث الجمعي، قسم الاتصال والبث الاسلامي، كلية الدعوة والاتصال، جامعة والي سونجو الإسلامية الحكومية سمارانج. الغرض من هذه الدراسة هو وصف صورة المرأة في إعلانات شامبو الحجاب وغير الحجاب من صانسيك من خلال تحديد العلامات وتصنيف أنواع العلامات بناءً على أغراضها وهي الأيقونات والفهارس والرموز، ثم إعطاء معنى هذه العلامات. تستخدم هذه الدراسة طريقة نوعية. أما بالنسبة لنتائج هذه الدراسة، فتشير إلى أنه في الإعلان عن صانسيك بالحجاب وغير الحجاب، تريد المرأة دائماً أن تبدو جذابة، أي من خلال التأكيد على أنوثتها جسدياً. التشابه بين هذه الدراسة والدراسات الأخرى في استخدام أغراضها، وهي إعلانات الخدمة العامة. بينما يكمن الاختلاف في النظرية المستخدمة.

٥- عيني، دليلا ٢٠١٩. المعاني الاكتشافية الانجاعية "من ل النبي تبركو" للشيخ انم جلول نظرية سميائية لميكائيل أثير. لسميائية هي علم يتحدث عن الإشارات كردود التواصل ثم يتم شكلها إلى نموذج الأدب

الذي يكلف كل العوامل والمحاور الحقيقية لفهم التواصل الخاص في أي مجتمع كان. يمنح ريفاتير سبيلا للوصول إلى الربط نحو العناصر الداخلية. فهو يعرف طريقتين لقراءة الشعر، وهما القراءة الاكتشافية والقراءة الارتجاعية. فالأولى هي القراءة التأسسة على البنية اللغوية، أما القراءة الارتجاعية هي إعادة القراءة بعد تمام القراءة الاكتشافية بمنح الاتفاق الأدبي. هذا البحث يعتبر بحثا كيفيا وصفيًا. حللت الباحثة نظما حديثا باستخدام نظرية ريفاتير. يهدف هذا البحث إلى: (١) معرفة المعاني الاكتشافية في نظم التبرك بأثار النبوة الشريفة تأليف الشيخ غانم جلول؛ (٢) معرفة المعاني الارتجاعية في نظم التبرك بأثار النبوة الشريفة تأليف الشيخ غانم جلول. فتتأجج البحث تدل على أن: (١) نتيجة القراءة الاكتشافية هي أن المؤلف وهو الشيخ غانم جلول يشرح عن التبرك وجواز التبرك بأثار رسول الله صلى الله عليه وسلم؛ (٢) نتيجة القراءة الارتجاعية في نظم التبرك هي أن المؤلف يحكي عن الصحابة الذين يتبركون بأثار رسول الله صلى الله عليه وسلم. وفي هذا الصدد، لم ينع رسول الله صلى الله عليه وسلم لأن التبرك من الأعمال الحسنى وكذلك أهل السنة والجماعة. ولكن من الأسف، هناك من يحرم لتبرك وهم الوهابيون الذين قالوا إن التبرك شرك عظيم.

٦- مهدي محمد علي. ٢٠١٩. قصيده مدح لأبن خفاجة: دراسة تحليلية سيميوطيقية لميكائيل ريفاتير. هدف هذه الدراسة إلى وصف: (١) قراءة إرشادية. (٢) قراءة تفسيرية. (٣) التعبير غير المباشر. (٤) المقاييس والنماذج والمتغيرات. (٥) الهيبوغرام في قصيدة مدح لابن خفاجة. نتائج البحث هو على النحو التالي: (١) من قراءة إرشادية، أن هذا الشعر يحتوي على مدح للأمير بصور شخصية يمتلكها الأمير. (٢) قراءة تفسيرية، أن هذه القصيدة تصف شخصية الأمير. الأمير هو شخص شجاع ومنضبط ومطيع للقواعد

وله وجه وسيم وصوت جميل. وهناك صفات جديرة بالثناء في الأمير. (٣) التعبير غير المباشر كما يلي: (أ) تشريد المعنى من خلال الأسلوب الاستعارات، والتشبيه، التجسيد و سينيكدوك. (ب) يتم تشويه المعنى من خلال الغامض والمتناقض. (ت) إن خلق المعنى سببه القافية والتعداد. (٤) المصفوفة من قصيدة مدح لابن خفاجة هي المديح، و النماذج في هذه القصيدة هي "ابا بكر" أو "هو"، ثم يترجم نموذج الشعر إلى كل سطر، وتسمى الترجمة المتغيرات. (٥) الهيوغرام محتملة هو تفسير للمصفوفة "المديح"، والهيوغرام الفعلي لقصيدة مدح لابن خفاجة هو إعجابه بأبي بكر. هذا البحث هو بحث في نوع المكتبة عن طريق تطبيق أساليب نوعية. تقنية الكتابة الوصفية الكيفية. البيانات البحثية في شكل الشعر. الأجسام هذا البحث هو قصيدة. البيانات في شكل النص. ويتم الحصول على البيانات من الكتاب ديوان ابن خفاجة. هناك مصدران للبيانات في هذا البحث، وهما البيانات الأساسية والبيانات الثانوية. البيانات الأساسية في هذا البحث هي النص قصيدة مدح ابن خفاجة، في حين أن البيانات الثانوية في هذا البحث هي محو الأمية عن الشعر والأدب والسيميوطيقية. تم جمع بيانات هذه البحث من خلال طريقة الملاحظة. تقنية تحقق البيانات في هذه الدراسة هي تقنية مراقبة الطاعة. إن تقنية تحليل البيانات المستخدمة في هذه البحث هي تقنية التحليل الوصفي الكيفي مع دراسة سيميوطيقية لميكائيل ريفاتير.

من الدراسة السابقة، وجدت الباحثة التشابه والاختلاف بين الدراسة السابقة وهذا البحث. قد اختصرت الباحثة الباحثة عن التشابه والاختلاف بين البحث والدراسة السابقة كما يلي:

جدول ١ الدراسات السابقة

الرقم	العنوان	التشابه	الاختلاف
١	تحليل مضمون إعلان "السكري" من قبل وزارة الصحة السعودية على أساس نظرية مثلث المعنى لتشارلز.	النظرية المستخدمة من هذا البحث هي السيميائية خاصة نظرية تشارلز ساندريس بيرس.	الموضوع المستخدم هو إعلان "السكري".
٢	تصور الرسائل في الإعلانات العامة بالشرق الأوسط (دراسة سيميوطيقية).	النظرية المستخدمة من هذا البحث هي سيميوطيقية و الموضوع المستخدم هو إعلان.	النظرية المستخدمة من هذا البحث هي جوديث ويليامسون.
٣	<i>Representasi Iklan Layanan Masyarakat "Sadari Kanker Payudara" Dalam Perspektif Komunikasi Kesehatan.</i>	النظرية المستخدمة من هذا البحث هي السيميائية، و الموضوع المستخدم هو إعلان.	النظرية المستخدمة من هذا البحث هي دراسة المواصلات الصحة، و الموضوع المستخدم هو إعلان "Sadari Kanker Payudara".
٤	<i>Citra Perempuan Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Pada Iklan Shampoo Sunsilk Berhijab dan Non Hijab).</i>	النظرية المستخدمة من هذا البحث هي السيميائية، و الموضوع المستخدم هو إعلان.	الموضوع المستخدم هو إعلان Shampoo Sunsilk Berhijab dan Non Hijab.
٥	المعاني الاكتشافية الانجاسية "من ل النبي تبركو" للشيوخ انم جلول نظرية سميائية	النظرية المستخدمة من هذا البحث هي سيميوطيقية.	الموضوع المستخدم هو نظم.

		لميكائيل أثير	
٦	قصيده مدح لأبن خفاجة: دراسة تحليلية سيميوطيقية لميكائيل ريفاتير	النظرية المستخدمة من هذا البحث هي سيميوطيقية.	الموضوع المستخدم هو شعر.

و- منهج البحث

١- مدخل البحث ونوعه

مدخل هذا البحث هو المنهج الكيفي الوصفي، وهو طريقة لفحص حالة الجماعات البشرية، أو كائن، أو مجموعة من الشروط، أو نظام فكري، أو فئة من الأحداث. لأن الغرض من هذه الدراسة هو تقديم وصف أو تقديم صورة منهجية وواقعية ودقيقة للحقائق بين الظواهر قيد التحقيق (نازير. ١٩٨٨: ٦٣).

وأما نوع هذا البحث هو المكتبي، البحث المكتبي هو بحث يتم إجراؤه باستخدام المطبوعات (المكتبة)، إما في شكل كتب أو كتابة أو دراسة السابقة (حسن، ٢٠٠٨: ٥).

٢- مصادر البيانات

استخدمت الباحثة هناك نوعين من مصادر البيانات المأخوذة في هذه الدراسة، وهما الرئيسية والثانوية. مصادر البيانات التي أخذها الباحثة في هذه الدراسة هي كما يلي:

أ) مصادر البيانات الرئيسية

البيانات الرئيسية هي البيانات التي يتم الحصول عليها مباشرة من الميدان بواسطة الشخص الذي يجري البحث أو من يحتاج إليها (حسن، ٢٠٠٤: ١٩). البيانات الرئيسية في هذا البحث هو إعلان فيديو

بعنوان اتباع التعليمات الصحية التي تنتجها وزارة الصحة السعودية

<https://www.youtube.com/watch?v=Zwu8iwwbY-Y>

(ب) مصادر البيانات الثانوية

البيانات الثانوية هي البيانات التي تم الحصول عليها أو جمعها من قبل الأشخاص الذين يجرون البحوث من المصادر الموجودة (حسن، ٢٠٠٤: ١٩). البيانات الثانوية في هذا البحث هي عدة مجلات، إحداها أطروحة رانيا. ٢٠٢٠. تحليل مضمون إعلان "السكري" من قبل وزارة الصحة السعودية على أساس نظرية مثلث المعنى لتشارلز، وعدة كتب في النظرية السيميائية، أحدها كتاب بعنوان سيميائية وسائل الإعلام يعمل مارسيل دانيسي.

٣- طريقة جمع البيانات

الغرض الرئيسي من البحث هو الحصول على البيانات. لذلك، فإن تقنيات جمع البيانات هي أهم شيء في البحث. بدون معرفة تقنيات جمع البيانات، لن تحصل الباحثة على البيانات التي تلي معايير البيانات التي تم وضعها (سوغيونو، ٢٠١٥: ٣٠٨).

تقنيات جمع البيانات المستخدمة في هذه الدراسة هي كما يلي:

(أ) تستخدم تقنية الاستماع للاستماع إلى استخدام اللغة. مصطلح الاستماع هنا ليس فقط الاستماع إلى استخدام اللغة المنطوقة، ولكن أيضاً استخدام اللغة المكتوبة (ماحسون، ٢٠١٧: ٩١).

(١) سمعت الباحثة حواراً في إعلان إتباع التعليمات الصحية من قناة يوتيوب وزارة الصحة السعودية.

(٢) سمعت الباحثة حواراً في إعلان إتباع التعليمات الصحية من قناة يوتيوب وزارة الصحة السعودية مرة ثانية لحصول البيانات التي تتضمن عن الإشارات والموضوعات والتفسيرات فيه.

(٣) سمعت الباحثة حواراً في إعلان إتباع التعليمات الصحية من قناة يوتيوب وزارة الصحة السعودية مرة أخرى لتأكيد البيانات الموجودة فيه.

(ب) تقنية المشاهدة المستخدمة في جمع البيانات لأن موضوع البحث يكون على شكل فيديو على موقع يوتيوب ثم يتم تصويره وتقسيمه إلى عدة مشاهد تحتوي على معنى الإشارات والأشياء والمفسرين.

(١) شاهدت الباحثة إعلاناً إتباع التعليمات الصحية من قناة يوتيوب وزارة الصحة السعودية.

(٢) شاهدت الباحثة حواراً في إعلان إتباع التعليمات الصحية من قناة يوتيوب وزارة الصحة السعودية مرة ثانية لحصول البيانات التي تتضمن عن الإشارات والموضوعات والتفسيرات فيه.

(ج) تقنية الكتابة هو تسجيل البيانات التي تمت قراءتها كتابةً.

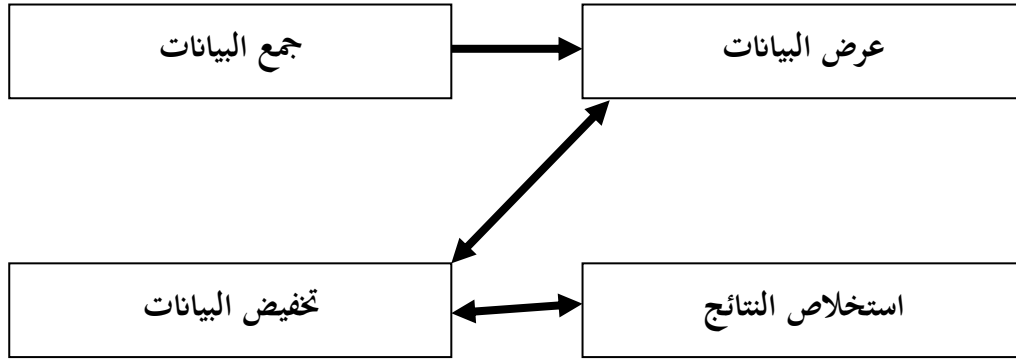
١. كتبت الباحثة كل البيانات الموجودة من طريقة الإستماع وطريقة المشاهدة.

٢. كتبت الباحثة الكلمات التي تتضمن عن الإشارات والموضوعات والتفسيرات في إعلان إتباع التعليمات الصحية من قناة يوتيوب.

٤ - طريقة تحليل البيانات

يقول ماحسون (٢٠١٧: ٣٧٥) أن تقنيات تحليل البيانات هي جهود تُبذل لتجميع البيانات. من أجل تجميع البيانات، بالطبع، يجب أن تستند إلى أهداف البحث. لذلك، فإن الغرض من البحث نفسه هو حل المشكلة التي هي محور البحث.

في هذه الدراسة، تشير تقنية تحليل البيانات إلى نموذج ميليس و هويرمان الذي يتكون من تقليل البيانات وعرض البيانات واستخلاص النتائج (سوجيونو. ٢٠٠١٧: ٧).



أ) جمع البيانات

في تحليل النموذج الأول، تم بعد ذلك تطوير البيانات التي تم جمعها من مشاهدة واستماع وتسجيل مستندات مختلفة بناءً على التصنيف وفقاً لمشكلة البحث لصقل البيانات من خلال مزيد من عمليات البحث عن البيانات.

ب) تخفيض البيانات

يشير تخفيض البيانات هنا إلى عملية اختيار السجلات المكتوبة في الحقل وتركيزها وتبسيطها وتحويلها. الحد من البيانات ليس شيئاً منفصلاً عن التحليل. لأنه شكل من أشكال التحليل الذي يشهد أو يختار أو يركز أو يتجاهل أو يجمع البيانات بطريقة يمكن من خلالها استخلاص النتائج النهائية والتحقق منها.

ج) عرض البيانات

عرض البيانات هو نشاط يتم عند جمعت بعض المعلومات من خلال عرض مرات الظهور التي تساعدنا على فهم ما حدث وإجراء تحليل أو إجراء إضافي بناءً على هذا الفهم. حتى يتمكن الباحث التالي من وصف ما هو مبرر جيداً والانتقال إلى التحليل التالي.

(د) استخلاص النتائج

الخطوة بعد تقديم البيانات هي استخلاص النتائج. من جمع البيانات، يقرر الباحثة النوعي ملاحظة الانتظام وبعض التفسيرات. قد تكون الاستنتاجات من البحث النوعي قادرة عادةً على الإجابة على صيغ المشكلة المصاغة، ولكنها قد لا تكون قادرة أيضاً على الإجابة على جميع صيغ المشكلات التي تم ذكرها.

الباب الثاني الإطار النظري

أ- مفهوم السيميائية (سيميوطيق)

يوجد عدة مصطلحات تشير في علم اللغة إلى مجال الدراسة الذي يدرس معنى العلامات، أحدها السيميائية، علم الأحياء. السيميائية مصطلح يشير إلى دراسة العلامات. يستخدم مصطلح علم الأحياء على نطاق واسع في أوروبا التي تراث التقليد السوسوري، بينما يستخدم المتحدثون باللغة الإنجليزية بشكل أكبر من قبل المتحدثين باللغة الإنجليزية على أنهم ورثة بيرسين.

السيميائية هي علم اجتماعي في فهم العالم كنظام للعلاقات له وحدة أساسية تسمى "علامة". تأتي السيميائية من الكلمة اليونانية سيميون (*semeion*) والتي تعني علامة. تُعرّف العلامة بأنها شيء يمكن أن يمثل شيئاً آخر بناءً على الأعراف الاجتماعية (إيجو، ١٩٧٦: ١٦).

غالبًا ما يستخدم مصطلح السيميائية مع مصطلح علم الأحياء. لا توجد اختلافات جوهرية بين المصطلحين، اعتمادًا على مكان انتشار المصطلح. عادةً ما تشير السيميائية إلى تقليد بيرس (*Peircean*)، بينما تستخدم السيميائية على نطاق واسع بواسطة ساوسور (*Saussure*) كما هو موضح سابقًا. لكن ما هو واضح هو أن كلاهما يدرس العلاقة بين العلامات بناءً على رموز معينة. ستظهر هذه العلامات في فعل الاتصال البشري من خلال اللغة أو الكلام أو الإشارة (مزكي، ٢٠٠٧: ٩-١٠).

في الأساس السيميائية هي دراسة الرموز، أي نظام يسمح لنا بالنظر إلى كيانات معينة كعلامات أو كشيء ذي معنى (سكوليس، ١٩٨٢: ix). ووفقا

لتشارلز بيرس (١٩٨٦: ٤) السيميائي ليست سوى اسم آخر للمنطق، وهما "مذهب الرسمي للعلامات".

مبدأ فهم السيميائية وفقًا لأومبرتو إيكو (بيليانع، ١٩٩٩: ٤) هو نظام يدرس كل ما يمكن استخدامه للكذب. هذا تعريف مدهش للغاية لكثير من الناس، يشرح بوضوح مدى مركزية مفهوم الكذب في خطاب السيميائية، بحيث يبدو أن الكذب هو المبدأ الرئيسي للسيميائية نفسها.

ضمنيًا، يقول تعريف إيكو أنه إذا كانت السيميائية هي نظرية أكاذيب، فهي في نفس الوقت نظرية حقيقة. لأنه، إذا كان لا يمكن استخدام علامة لإظهار الحقيقة، فلا يمكن أن تكشف كذبة أيضًا. وهكذا، على الرغم من أن منظمة التعاون الاقتصادي ويوضح السيميائية كنظرية من الأكاذيب، ضمني في ذلك هو نظرية الحقيقة، مثل الكلمات اليوم و الليلة (مزكي، ٢٠٠٧: ١٠-١١).

السيميائية هي دراسة العلامات. تنقل هذه العلامات المعلومات بحيث تكون تواصلية. إنه قادر على استبدال شيء آخر يمكن التفكير فيه أو تخيله. تم تطوير هذا الفرع من المعرفة في البداية فقط في مجال اللغة، ثم تم تطويره في مجال تصميم الفن والاتصالات أيضًا. أكد تشارلز أنه لا يمكننا التفكير إلا في وسط الإشارات. لا يمكن للبشر التواصل إلا من خلال وسائل الإشارات (فريق برنامج دراسة تصميم اتصالات يوكجا، ٢٠٠٩: ٢٠).

يمكن أن تكون العلامات في حياة الإنسان في شكل إشارات أو إشارات متحركة؛ يمكن تفسير التلويح باليد على أنه دعوة؛ يمكن تفسير إيماءة الرأس بالاتفاق، صوت الصفارات، الأبواق، الأصوات البشرية، حلقات الهاتف؛ تشمل اللافتات المكتوبة حروفًا وأرقامًا، ويمكن أن تكون أيضًا إشارات صور على شكل إشارات مرور، وغيرها الكثير (نوط، ١٩٩٥: ٤٤).

إذن، السيميائية هي دراسة العلامات. يعتبر هذا العلم أن الظواهر الاجتماعية أو المجتمع والثقافة هي علامات. أي أن السيميائية تدرس الأنظمة والقواعد والاتفاقيات التي تسمح للإشارات بأن يكون لها معنى. السيميائية هي أيضاً نهج نظري موجه في نفس الوقت إلى الرموز (الأنظمة) والرسائل (العلامات ومعانيها)، دون إهمال السياق والقارئ (بوديمان، ٢٠١١: ٩).

تشارلز موريس فيلسوف يهتم أيضاً بعلم العلامات، وتنقسم السيميائية أساساً إلى ثلاثة فروع للبحث، وهي النحو، والدلالات، والبراغماتية. علم الدلالة هو فرع من السيميائية يدرس العلاقة بين العلامات والأشياء. بينما تعتبر الدلالات فرعاً من الاستقصاء السيميائي الذي يدرس علاقة الإشارات بالمرجمين الفوريين أو مستخدمي الإشارات (مركي، ٢٠٠٧: ١٠-١١). تتعامل البراغماتية على وجه التحديد مع جوانب الاتصال، وخاصة الوظائف الظرفية التي تكمن وراء الكلام (بوديمان، ٢٠٠٣: ٥).

للغة معانٍ كثيرة، يقول البعض أن اللغة وسيلة تواصل، وهناك أيضاً بعض الآراء التي مفادها أن اللغة هي نظام من الرموز الصوتية التعسفية التي يستخدمها أعضاء المجموعات الاجتماعية للعمل معاً والتواصل وتعريف أنفسهم. يمكن استخدام مصطلح اللغة بالمعنى الحرفي والمجازي. يشير معنى اللغة حرفياً إلى اللغة العادية والطبيعية المستخدمة في الحياة اليومية. بينما في المصطلحات المجازية، يشير مصطلح اللغة إلى طرق مختلفة للتواصل أو الاتصال. من هذين المصطلحين يمكن القول أن علم اللغة يتعامل مع اللغة العادية والطبيعية واللغة اليومية (صابور، ٢٠٠١: ٤٣).

في علم السيميائية، فرديناند (زويست، ١٩٩٦: ٢) عن أن اللغة تعتبر مؤشراً لديها *signifiant* و *signifie* عنصر. بصرف النظر عن العلامات، فإن المصطلحات الأخرى التي يتم مساواتها غالباً هي الرموز والرموز، في مفهوم بيرس،

يتم تعريف الرمز على أنه علامة تشير إلى كائن معين خارج العلامة نفسها. العلاقة بين الرمز كعلامة والعلامة كشيء يُشار إليه هي علاقة تقليدية. من خلال هذه الاتفاقية، يفسر مجتمع مرتديها خصائص العلاقة بين الرمز والشيء المشار إليه ويفسر معناه (مزكي، ٢٠٠٧: ١٠-١١).

حتى الآن هنا كنوع ان من السيميائية وهما سيميائية الانصال والسيميائية الدلالة. الأول يؤكد على نظرية إنتاج الإشارة، يفترض أحدها وجود ستة عوامل في الاتصال، وهي المرسل، ومستقبل الكود، والرسالة، وقناة الاتصال، والمرجع (الشيء الذي تمت مناقشته) (جاكوبسون ١٩٦٣، في هود ٢٠٠١: ١٤٠)، يركز الثاني على نظرية العلامات وفهمها في سياق معين. في النوع الثاني لا يوجد شك حول الغرض من التواصل. من ناحية أخرى، فإن ما يتم تحديده هو جانب فهم العلامة بحيث يتم إعطاء العملية المعرفية لمتلقي العلامة اهتمامًا أكبر من عملية الاتصال.

تمتلك السيميائية العديد من الشخصيات، بما في ذلك تشارلز ساندرز بيرس، وفرديناند دي ساسور، وروولاند بارت، ورومان جاكوبسون، والعديد من الشخصيات الأخرى، ولكن ما سيتم استخدامه كدراسة نظرية في هذا البحث هو نظرية تشارلز ساندرز بيرس عن السيميائية.

من عدة مفاهيم للسيميائية، وفقًا لباتيدا (٢٠٠١: ٢٩)، هناك ٩ (تسعة) أنواع من السيميائية، بما في ذلك ما يلي:

١) السيميائية التحليلية (سيميوطيق أناليسيس)

هو علم السيميائية الذي يحلل نظام الإشارات. قال بيرس إن السيميائية لها كائن إشارة ويحللها إلى أفكار وأشياء ومعاني. يمكن القول أن الأفكار هي رموز، في حين أن المعنى هو العبء الموجود في الرموز التي تشير إلى أشياء معينة (ميكي، ٢٠٢٠: ٤١).

(٢) السيميائية الوصفية (سيميوطيق ديسكريفيف)

إن السيميائية هي التي تولي اهتمامًا لنظام الإشارات الذي يمكن تجربته الآن على الرغم من وجود علامات ظلت دائمًا كما شوهدت اليوم، على الرغم من وجود علامات ظلت دائمًا كما هي معروضة اليوم.

(٣) سيميائية الحيوانات (سيمائية حديقة الحيوان) (سيميوطيق فاونال)

وهي السيميائية التي تولي اهتمامًا خاصًا لنظام الإشارات الذي تنتجه الحيوانات. عادةً ما تنتج الحيوانات إشارات للتواصل مع بعضها البعض، ولكنها غالبًا ما تنتج إشارات يمكن أن يفسرها البشر. على سبيل المثال، تشير الدجاجة المزعجة إلى أن الدجاجة قد وضعت البيض أو أنها تخشى شيئًا ما.

(٤) السيميائية الثقافية (سيميوطيق كولتورال)

السيميائية التي تدرس على وجه التحديد نظام الإشارة الموجود في ثقافة مجتمع معين. من المعروف أن المجتمع كمخلوق لديه نظام ثقافي معين تم تناقله من جيل إلى جيل والذي تم الحفاظ عليه واحترامه. الثقافة الموجودة في المجتمع هي أيضًا النظام. استخدام إشارات معينة تميزه عن المجتمعات الأخرى.

(٥) السيميائية السردية (سيميوطيق ناراتف)

السيميائية التي تناقش أنظمة الإشارة في الروايات على شكل أساطير وقصص شفوية (فولكلور). من المعروف أن الأساطير والقصص الشفوية، بعضها لها قيمة ثقافية عالية. هذا هو السبب في أن Greimas يبدأ مناقشته للقيم الثقافية عندما يناقش قضية السيميائية السردية.

(٦) السيميائية الطبيعية (سيميوطيق ناتورال)

وهي السيميائية التي تفحص على وجه التحديد نظام الإشارات الذي تنتجه الطبيعة. تشير مياه النهر الملبدة بالغيوم إلى أنها أمطرت في اتجاه المنبع، وتحول أوراق الأشجار إلى اللون الأصفر ثم تتساقط. الطبيعة غير الصديقة للبشر، مثل

الفيضانات أو الانهيارات الأرضية، تعطي في الواقع إشارة للبشر أن البشر قد أضروا بالطبيعة.

(٧) السيميائية المعيارية (سيميوطبق نورماتيف)

السيميائية التي تناقش على وجه التحديد نظام الإشارة الذي دعا إليه البشر في شكل معايير. على سبيل المثال، إشارات المرور. غالبًا ما توجد في غرفة القطار لافتة تعني أنه ممنوع التدخين (ميكي، ٤٥: ٢٠٢٠).

(٨) السيميائية الإجتماعي (سيميوطبق سوسيال)

هي السيميائية التي تفحص على وجه التحديد نظام الإشارات الذي ينتجه البشر في شكل رموز، سواء كانت رموزًا في شكل كلمات أو رموز في شكل كلمات في وحدات تسمى الجمل. بمعنى آخر، تدرس السيميائية الاجتماعية نظام الإشارة الموجود في اللغة.

(٩) السيميائية الهيكلية (سيميوطبق ستروكتورال)

السيميائية الهيكلية هي سيميائية تفحص على وجه التحديد نظام الإشارة الذي يتجلى من خلال بنية اللغة.

من هذه الدراسة، سيستخدم المؤلف السيميائية التحليلية، كما عبر عنها بيرس والتي تتضمن بين العلامات والأشياء والمفسرين. سيلعب المؤلف دورًا نشطًا في دراسة علامة بناءً على أسباب منطقية ومصادر واقعية.

أما الموضوع التي يمكن تحليلها باستخدام النظرية السيميائية هي الروايات والإعلانات والملصقات وعلامات المرور. أما الرواية، إذا تم تحليلها باستخدام النظرية السيميائية، لتحليل معنى العصري والمعنى الضمن. بينما يمكن تحليل الإعلانات بحثًا عن العلامات والأشياء الموجودة في صورة الإعلان والتي يمكن بعد ذلك تفسيرها على أنها تعني العلامات والأشياء، بالإضافة إلى الملصقات وإشارات المرور. مثال على تحليل إشارات المرور P يعني أنه

يُسمح بالوقوف عند اللافتات. الهدف من علم السيميائية الذي يستخدمه الباحث هو فيديو إعلاني عن اتباع التعليمات الصحية في قناة يوتيوب وزارة الصحة السعودية.

ب- سيميائية تشارلز ساندروز بيرس

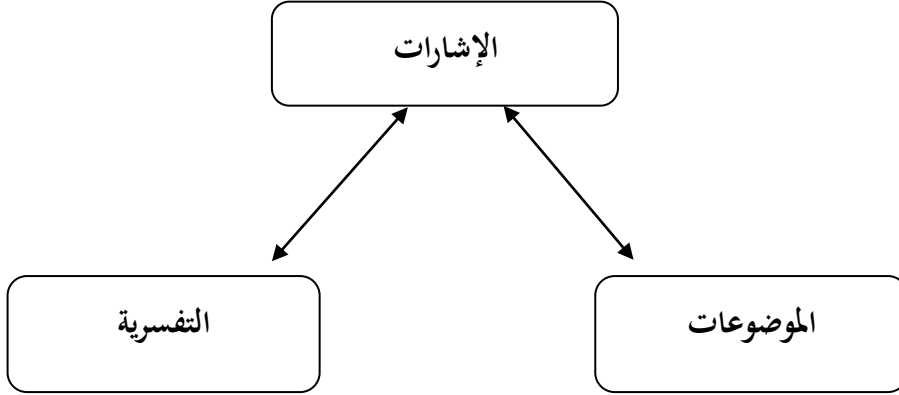
تشارلز ساندروز بيرس أو المعروف باسم بيرس هو فيلسوف أمريكي، ومفكر جدلي، وفقاً لتعليقات بول كوبلي وليتزا جانز (١٩٩٩ : ٢٠). ترك أصدقاؤه بيرس ليعيش في ضائقة وسط المجتمع حتى وفاته في عام ١٩١٤. وسمح له مدير جامعة لمدة ٥ سنوات، وبعد ذلك تم فصله. ربما، كما قال بول كوبلي وليتزا جانز، لا يمكن أن يكون مثلاً على أسلوب حياة أكاديمي مهذب، البيئة التي يبني فيها تدريجياً "السيميائية" (صابور، ٢٠١٦ : ٣٩).

يشتهر بيرس بنظرية الإشارة الخاصة به. غالباً ما كرر أن العلامة بشكل عام هي ما يمثل شيئاً لشخص ما. يقول بيرس أن العلامة هي التعايش، والشيء هو كلاهما، والمترجم هو مثال للثالثلث. يرى بيرس أن العلامة جزء لا يتجزأ من موضوع المرجع بالإضافة إلى فهم الذات للعلامة (المفسر). الإشارات هي "... شيء يمثل لشخص ما لشيء ما في بعض النواحي أو الصفة" يُنظر إليه من تعريف بيرس لدور "الذات" (شخص ما) كجزء لا يتجزأ من الدلالة، والتي تصبح أساس سيميائية التواصل (صابور، ٢٠١٦ : xii). وفقاً لأومبرتو إيكو، في نظرية السيميائية، تعتمد سيميائية التواصل بشكل كبير على "عمال الإشارة"، الذين يختارون إشارات من المادة الخام للإشارات الموجودة، ويجمعونها، من أجل إنتاج تعبير لغوي ذي معنى (إيكو، ١٩٧٦ : ١٥١).

يرى بيرس الموضوع على أنه جزء لا يتجزأ من عملية الأهمية. يُظهر نموذج بيرس الثلاثي (مثل + كائن + مفسر = علامة) الدور الرئيسي الذي يلعبه هذا الموضوع في عملية تحول اللغة.

جدول ٢

الجدول مثلث المعنى



توضح الصورة أعلاه كيف أن رحلة المعنى من كائن يتم ملاحظته حتى ينتهي بها الأمر أن تكون تفسيراً لشخص ما. إن ملاحظة كائن ما يشبه ملاحظة معنى أو غرض من سبب ولماذا وكيف يوجد الكائن. يتم التعامل مع العلامات، وهي الجوانب الرئيسية للفكر السيميائي، من قبل بيرس كمحور في مثلث المعنى. معنى أن تكون المحور هنا هو فكرة رئيسية لا يمكن فصلها عن العلاقة بين البشر والمعنى والأشياء التي يتم ملاحظتها (إيريزا، ٢٠٢١: ٣٢).

يوضح نموذج مثلث بيرس أن كل نقطة متصلة بخط في اتجاهين، مما يعني أنه لا يمكن فهم كل مصطلح إلا فيما يتعلق ببعضه البعض. يستخدم بيرس مصطلحاً مختلفاً لوصف وظيفة العلامة، والتي تعتبر بالنسبة له عملية مفاهيمية ومستمرة ولا نهائية والتي يسميها "semiosis لانهائية"، وهي سلسلة قرارات معاني تفسر بواسطتها العلامات الجديدة علامة أو مجموعة من العلامات السابقة (إيريزا، ٢٠٢١: ٣٣).

ابتكر تشارلز ساندرز بيرس السيميائية من أجل حل أفضل للاستدلال (التفكير المنطقي)، ولكن وفقاً لإيكو، تناقش علم الأحياء أيضاً "الأهمية"

وقضايا الاتصال. تتناول السيميائية هاتين المسألتين بطريقة لا تكون فيها الحدود بين السيميائية ونظرية الاتصال واضحة دائماً. هاتان النظريتان لها أهداف وطرق مختلفة. يحدث الاتصال عن طريق الإشارات، وبالتالي فليس من المستغرب أن نرى أن نظرية الاتصال مشتقة جزئياً من السيميائية. ولكن من ناحية، هناك علامات تعمل خارج حالة الاتصال، على عكس النظرية السيميائية، تولي نظرية الاتصال الانتباه لظروف نقل الأهمية، وبالتحديد على قناة الاتصال. بفضل قناة الاتصال هذه، يمكن نقل الرسائل (صابور، ٢٠١٦: ٢١).

تصف فيرا في كتابها المعنون "السيميائية في أبحاث الاتصال" (٢٠١٤: ٢١) نظرية تشارلز ساندروز بيرس التي تسمى النموذج الثلاثي ومفهوم الانقسام الثلاثي، من بين أمور أخرى:

(١) تمثيل (تاندا)

الشكل الذي تقبله العلامة أو يعمل كعلامة (أطلق عليها سوسير اسم الدال). و تمثيل يسمى في بعض الأحيان علامة.

(٢) الكائن (أوبجيك)

الكائن هو شيء يشير إلى علامة. الشيء الذي يمثل الممثل فيما يتعلق بالإشارة. يمكن أن يكون الكائن تمثيلاً عقلياً (في العقل)، ويمكن أيضاً أن يكون شيئاً ملموساً خارج العلامة.

(٣) مترجم (إنترفيتر)

التفسير ليس مفسراً للعلامة، بل يشير إلى معنى العلامة. تسمى عملية تفسير العلامات التي تتبع هذا المخطط عملية *semiosis*. وفقاً لبيرس، تصبح العلامة ممثلة تصف شيئاً ما: "الجزء الذي يمكن رؤيته من علامة ممثل" (تعني حرفياً "شيئاً ينتمي إلى حق التمثيل") والمفهوم الذي

يصف الكائن (يعني حرفيًا يُطلق على "شيء ما تم إلقاؤه للمراقبة") بمعنى أن شخصًا ما يحصل على إشارة من المترجم.

هذه بنفسها علامة تعني معرفة معنى العلامة (الاختصار) بطريقة شخصية واجتماعية ومحددة السياق (دانيسي في فيرا، ٢٠١٤: ٢١). بناءً على هذا المفهوم، يمكن القول أن معنى العلامة يمكن أن ينطبق شخصيًا أو اجتماعيًا أو اعتمادًا على سياقات معينة. وتصدر الإشارة إلى أن الإشارات لا يمكن أن تكشف شيئًا، فالعلامات تعمل فقط للإظهار، والمترجم هو الذي يقوم بعمل التفسيرات بناءً على التجربة الشخصية.

هناك طريقتان للإشارات، الأولى هو نهج يعتمد على وجهة نظر فرديناند دي ساسور الذي يقول أن الإشارات تتكون من عنصرين، هما جانب الصورة من الصوت (نوع من الكلمات أو التمثيل المرئي) والمفهوم الذي فيه الصورة الصوتية ماثلة. ثانيًا، نهج الإشارة القائم على تشارلز ساندر بيرس. يؤكد بيرس (في بيرغير، ٢٠٠: ١٤).

أن العلامات مرتبطة بأشياء متشابهة، وأن وجودها له علاقة سبب ونتيجة مع العلامات أو بسبب الروابط التقليدية مع هذه العلامات. يستخدم رمز المصطلح للتشابه، والفهرس لعلاقات السبب والنتيجة، والرموز للجمعيات التقليدية. ما يلي هو الجدول الذي قد يكون أكثر توضيح:

جدول ٣

جدول نهج الإشارة القائم على تشارلز ساندر بيرس

رمز	فهرس	أيقونة	لافتة
اتفاقية	السببية	المعادلة (التشابه)	علمت بواسطة
كلمات	دخان / نار	الصور	مثال:

إشارة	الأعراض / الأمراض	تماثيل	
يجب تعلمها	يمكن تقديرها	تستطيع رؤيتها	عملية
شكل الدخان	دخان	إطلاق النار	دخان

يصنف بيرس العلامات فيما يلي:

(١) *Qualisign*: جودة العلامات، المثال الكلمات القاسية، الضعيفة، الرخوة، الناعمة.

(٢) *Sinsign*: الوجود الفعلي للأشياء أو الأحداث الموجودة في اللافتة، المثال كلمة غامض أو غائم في ترتيب الكلمات مياه النهر الغائمة التي تشير إلى وجود مطر في اتجاه مجرى النهر.

(٣) *Legisign*: القواعد التي تحتويها اللافتات، المثال إشارات المرور التي تشير إلى أشياء قد يفعلها أولاً يفعلها البشر.

بناءً على الموضوع، يقسم بيرس العلامات إلى:

(١) *Icon*: أوجه التشابه بين العلامات والعلامات، مثل الخرائط والصور الشخصية.

(٢) *Indeks*: علاقة سببية، مثل الدخان كعلامة على الحريق.

(٣) *Simbol*: علامة تدل على العلاقة الطبيعية بين الدال والمدلل.

وفي الوقت نفسه، بناءً على المفسر، يقسم بيرس العلامات على النحو التالي:

(١) *Rheme*: علامة تسمح للناس بالتفسير بناءً على الاختيار.

(٢) *Dicisign*: علامة حسب الواقع.

(٣) *Argument*: علامة تعطي سبباً مباشرة لشيء ما (صابور، ٢٠٠٦: ٤١-٤٢).

وفقاً لبيرس، يؤدي تحليل جوهر العلامات إلى إثبات أن كل علامة يتم تحديدها من خلال موضوعها. أولاً، باتباع الكائن، عندما نقول أن العلامة هي رمز. ثانياً، يصبح واقعاً ويرتبط وجوده بأشياء فردية، عندما نسمي

علامة الفهرس. ثالثًا، تقريبًا أو أقل، تقدير محدد يمكن تفسيره على أنه كائن دلالي كنتيجة لعادة عندما نطلق على علامة رمز (زينون في سيبوك، ١٩٧٧: ٣٦). يمكن القول أن مجال علم السيميائية واسع جدًا. يمكن أن يتراوح هذا المجال من العمليات التواصلية التي تبدو أكثر "طبيعية" وعفوية إلى أنظمة ثقافية أكثر تعقيدًا. يذكر (إيكو، ١٩٧٩: ٩-١٤) ما لا يقل عن ١٩ مجالًا يمكن اعتبارها دراسات سيميائية، بما في ذلك الاتصال المرئي، والرموز الثقافية، والنصوص الجمالية، والبلاغة، والاتصال الجماهيري وغيرها الكثير.

الهدف الرئيسي من سيميائية الوسائط هو دراسة كيفية إنشاء وسائل الإعلام أو إعادة تدوير الإشارات لأغراضها الخاصة. ما هو المقصود بشيء ما أو تمثيله، وكيف يتم وصف المعنى، ولماذا استخدم المعلن أثناء أدائه (دانيسي، ٢٠١٠: ٤٠).

ثم ما هو المجال التطبيقي للسيميائية في الاتصال الجماهيري؟ هذا ليس محدودًا، يمكننا أن نأخذ موضوع البحث بدءًا من التغطية الإعلامية الجماهيرية والاتصالات الإعلانية والأفلام والقصص المصورة إلى الموسيقى. اختار الباحثون وسائل الإعلام على شكل إعلانات كهدف لأبحاثهم، تم بث إعلانات الفيديو التي نشرتها وزارة الصحة السعودية على قناتها على موقع يوتيوب في ١٤ أبريل ٢٠٢٠، وفي ذلك الوقت لم يلتزم الناس باتباع التعليمات الصحية لذلك هم لم يتمكنوا من قمع انتشار فيروس كوفيد-١٩.

في هذا البحث، استخدمت الباحثة سيميائية تشارلز ساندرز بيرس لتحليل العلامات والعلامات والرموز في الإعلان، والالتزام باتباع التعليمات الصحية على موقع يوتيوب وزارة الصحة بالمملكة العربية السعودية، والعلامة المشار إليها بالكائن هي شيء يشار إليها بالعلامة، يمكن أن تكون مادة تم التقاطها بالحواس الخمس، ويمكن أن تكون أيضًا عقلية، وهي العلامة التي تعني تصنيف الكائن كرمز.

ج- الإعلانات

(١) مفهوم الإعلان

الإعلان هو وسيلة تستخدمها الشركات بهدف التذكير والإقناع وتوفير المعلومات (كوتلير، ١٩٩٣). بالإضافة إلى ذلك، يعمل الإعلان أيضًا كوسيلة لإدخال منتجات جديدة، خاصة للمستهلكين الذين يتماشون مع الهدف. بمعنى آخر، مثل بداية الشعور بالفضول حول المنتج الجديد. يمكن أن يتم الإعلان من خلال العديد من الوسائط، مثل الوسائط الإلكترونية والتلفزيون واليوتيوب. باستخدام هذه الوسائط، يمكن نقل الرسائل الإعلانية في شكل مرئيات وصوت وحركة (ويديا تاما، ٢٠٠٦).

هناك طلب كبير حاليًا على الإعلان كأحدى وسائط العلاقات العامة التسويقية. تتمثل ميزة تسويق المنتجات من خلال التلفزيون وغيره في قدرتها على التقاط المعلومات وتقديمها إلى جميع مستويات المجتمع الذين يشاهدون. بالإضافة إلى ذلك، تعتبر الإعلانات فعالة جدًا لأنها تحتوي على عناصر مرئية وسمعية بصرية. يأتي مصطلح الإعلان من الكلمة اللاتينية "advertere" التي تعني توجيه انتباه الفرد إلى " (دانيسي، ٢٠١٠: ٢٢٢). إنه شكل من أشكال الإعلان أو التمثيل الذي يهدف إلى الترويج لعملية بيع معينة.

ينقسم الإعلان إلى فئتين رئيسيتين، وهما الإعلان الاستهلاكي والإعلان التجاري. يتبع الإعلان بشكل أساسي كيفية إنشاء الأهداف الترويجية والتسويقية. تتكون الإشارات في الإعلانات بشكل أساسي من إشارات لفظية وغير لفظية. تشمل الإشارات اللفظية اللغة التي نعرفها، بينما الإشارات غير اللفظية هي الأشكال والألوان المعروضة في الإعلانات (دانيسي، ٢٠١٠: ٢٢٢).

قال سوهاركو إن الإعلانات تحاول تمثيل الحقائق التي تعيش في المجتمع من خلال رموز معينة حتى تتمكن من خلق انطباع في أذهان المستهلكين بأن صورة المنتج المعروض هي أيضًا جزء من الوعي الثقافي (ويوو، ٢٠١١: ٢٢٨).

(٢) أنواع الإعلانات

وفقًا لباسوكي (٢٠٠٠) ، تنقسم الإعلانات إلى نوعين ، وهما:

(أ) الإعلانات التجارية (إعلان كوميرسيال)

يهدف الإعلان التجاري أو ما يُطلق عليه غالبًا الإعلان التجاري إلى زيادة أرباح الشركة وكذلك زيادة أرقام المبيعات . من بين أمور أخرى:

(١) إعلانات المستهلك، الإعلانات التي تباع سلعًا استهلاكية، مثل: الشامبو،

والملابس، والسيارات، والأطعمة، والسلع الاستهلاكية الأخرى.

(٢) الإعلانات بين الشركاء، الإعلانات التي تعرض سلعًا غير استهلاكية.

الهدف من الإعلان هو الشركة. على سبيل المثال، السلع الخام مثل آلات المصنع أو المكونات أو أجهزة الكمبيوتر.

(٣) الإعلانات التجارية، هي إعلانات تعرض سلعًا ليتم بيعها مرة

أخرى. لذلك، فإن الهدف من هذا الإعلان هو الموردين وتجار الجملة

والوكلاء وتجار التجزئة. على سبيل المثال، إعلان يخبرك بوجود خصم كبير

على المشتريات في شكل حفلة.

(٤) إعلانات بائعي التجزئة، هي إعلانات يقوم بها تجار التجزئة لبيع سلعهم.

على سبيل المثال، "خصم كبير في متجر رامايانا خلال شهر رمضان"،

ودعوة الناس للحضور خلال شهر رمضان حتى يتم بيع البضائع في

مستودع المتجر بشكل جيد.

(٥) إعلان الاستجابة المباشرة، هو نوع جديد من الإعلانات يسمح للمستهلكين بتقديم استجابة فورية عندما يرونها. هذا يعني أن هناك تفاعل بين المعلن والمستهلك. على سبيل المثال، عندما يكون هناك إعلان سيارة. يمكن للمستهلكين طلب مؤهلات السيارة التي يريدونها، مثل الهيكل واللون والإطارات والاكسسوارات. يمكن تقديم هذا الطلب شخصيًا عن طريق البريد أو الهاتف أو البريد الإلكتروني أو الإنترنت.

(ب) الإعلانات غير التجارية (إعلان نون كوميرسيال)

الإعلان غير التجاري هو إعلان يحتوي على معلومات تعليمية للجمهور وليس لتحقيق مكاسب اقتصادية، ولكن من أجل الحصول على ميزة اجتماعية. يشمل هذا الإعلان ما يلي:

- (١) إعلانات الخدمة العامة هي إعلانات تحتوي على رسائل تذكر الجمهور وتدعو إليه للمشاركة في نجاح البرامج التي تستهدف الصالح العام.
- (٢) الإعلان عن العلاقات العامة، يهدف الإعلان إلى تقديم معلومات مهمة عن الشركة له، للجمهور، مثل الإعلانات عن الاستحواذ، أو تغيير المديرين، أو تغيير جدول الرحلات، أو نقل المكاتب أو الإعلان عن تغييرات المخزون.
- (٣) إعلان الحرس، هو نوع من الإعلانات يهدف إلى بناء صورة الشركة، مما يعني غرس الوعي باسم الشركة المرتبط بصورة معينة تريد أن تلتصق بأذهان الجمهور.
- (٤) إعلانات الوظائف الشاغرة، هي إعلانات تحتوي على معلومات حول احتياجات الشركة للعثور على موظفين جدد.
- (٥) إعلانات هوية الشركة، هي إعلانات تؤكد أو تقدم رموزًا يمكن أن تذكر الجمهور بهوية الشركة.

بناءً على شكل التوزيع، تنقسم الإعلانات إلى عدة أنواع، منها:

- (أ) الإعلان عن وسائل الإعلام المطبوعة. الإعلانات المنشورة في وسائل الإعلام المطبوعة سواء كانت جرائد أو مجلات أو صحف أو كتب.
- (ب) الإعلان الإذاعي. الإعلانات التي يتم تشغيلها أو التحدث بها من قبل مذييعي الراديو.
- (ج) الإعلان التلفزيوني. إعلان يتم عرضه على التلفزيون.
- (د) الدعاية الإعلامية الخارجية (خارج المنزل). الإعلانات التي يتم وضعها خارج المنزل أو على جانب طريق مفتوح، في الأماكن العامة مثل اللوحات الإعلانية واللوحات الإعلانية التي تعرض صوراً متحركة مثل التلفزيون (ميغاترون) واللافتات والإعلانات على جسم حافلات المدينة واللافتات واللافتات والملصقات والتعليق المحمول واللوحات الإعلانية.
- (هـ) إعلانات السينما. الإعلانات المعروضة على شكل شريحة على الشاشة (سينما).
- (و) الإعلان عبر الإنترنت/الدعاية الرقمية. يتم تضمين الوسائط الاجتماعية مثل فيسبوك و تويتر و يوتوب للهواتف الذكية.

(٣) وظائف الإعلانات

بشكل عام، يتم تقييم الإعلانات لأنه من المعروف أنها تقوم بوظائف اتصال مختلفة ومهمة لشركات الأعمال والمؤسسات الأخرى، بما في ذلك (سيمب، ٢٠٠٣: ٣٥٧) :

(أ) إعطاء معلومات (إعلام)

تعمل الإعلانات على توعية المستهلكين بالعلامات التجارية الجديدة، وتثقيفهم حول ميزات وفوائد العلامات التجارية، وتسهيل إنشاء العلامات

التجارية الإيجابية. يلعب الإعلان دورًا إعلاميًا قيمًا آخر لكل من العلامة التجارية المعلن عنها ومستهلكيها من خلال تعليم مزايا جديدة مع العلامات التجارية الحالية.

(ب) الإقناع (فيرسوادينغ)

العشيرة التي فعال سوف تكون قادرة على إقناع المستهلكين في محاولة للمنتجات والخدمات المعلن عنها.

(ج) تذكير (ريميندينغ)

يحافظ الإعلان على العلامة التجارية للشركة طازجة في أذهان المستهلكين.

(د) إضافة القيمة (أدينغ فالوي)

يوفر الإعلان قيمة مضافة من خلال تحسين الجودة والابتكار للعلامة التجارية من خلال التأثير على تصورات المستهلك.

(هـ) المساعدة (أسييتينغ)

دور الإعلان هو أنه رفيق يسهل جهود الشركة الأخرى في عملية الاتصال التسويقي.

(٤) إعلانات الخدمة العامة

إعلانات الخدمة العامة هي أداة لإيصال الرسائل الاجتماعية إلى المجتمع. غالبًا ما تستخدم الحكومة هذا النوع من الوسائط لنشر برامجها. كوسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي، تحتوي إعلانات الخدمة العامة بشكل عام على رسائل توعية وطنية وبيئية (تيناروكو، ٢٠٠٧: ٢).

إعلانات الخدمة العامة هي إعلانات اجتماعية. وجودها مستقل. لا علاقة لها بمفهوم التجارة أو السياسة أو الدين. لا يختلف الشكل المادي عن

الإعلانات التجارية، لأن كلاهما وسيلة اتصال مرئية تلعب دورًا في التأثير على جمهور واسع كهدف مستهدف بحيث يمكن تحريكهم للقيام بشيء تقترحه رسالة إعلان الخدمة العامة. لذلك، يشير التخطيط لإعلان الخدمة العامة إلى مفهوم الإعلان التجاري.

يمكن أن تكون الرسالة في إعلان الخدمة العامة في شكل رموز تنفذ فكرة أو فكرة أو موقفًا أو شعورًا أو ممارسة أو فعلًا. يمكن أن تكون في شكل كلمات مكتوبة أو كلمات منطوقة أو صور أو أرقام أو أشياء أو إيماءات أو سلوك وأشكال أخرى مختلفة من العلامات (موليانا، ١٩٩٦).

الباب الثالث

عرض البيانات و تحليلها

أ. عرض البيانات

١- ملخص الإعلان "اتباع التعليمات الصحية" وزارة الصحة السعودية

يحتوي هذا الإعلان على كيفية تقسم تأثير عدم الإمتثال للإتباع التعليمات الصحية، في أربع مشاهد، كل مشهد مشحون بخلفيات تم إنشاؤها لتخويف إنتصارها هذا الإعلان، الذي تم الإعلان عنه من قبل وزارة الخارجية. وزارة الصحة إذا لم تتبع بالإتباع التعليمات الصحية، فستكون في نفس الحالة مثل المرض في الإعلان الفيديو. تكون بنية الإعلانات التي يستخدمها الباحث ككائنات كما يلي:



صورة ٣،١

عنوان الإعلان : اتباع التعليمات الصحية من أهم الأسباب بعد الله لحمايتك
يعزز المجتمع من فيروس # كورونا

تاريخ النشر : ١٤ أبريل ٢٠٢٠

مدة الإعلان : ٠١،٠١ (دقيقة وثانية واحدة)

المشهد : ٤ مشهد

إنتاج : وزارة الصحة السعودية

الشخصيات في إعلانات الخدمة العامة:

أ. شر الإنسان لا يتوافق مع اتباع التعليمات الصحية

ب. شباب (مريض)

ج. مشتر

د. أمين الصندوق

هـ. زوجة

و. طفلة

ز. الشباب ٢

ح. الشباب ٣

تم نشر هذا الإعلان لأول مرة من قبل وزارة الصحة السعودية عبر قناتها على يوتيوب، في ١٤ أبريل ٢٠٢٠، بمدة ٠١,٠٠٠ بإجمالي جمهور ١٤٠٠٠ ، ابتداءً من ٤ مايو ٢٠٢١، وهناك ٤ مشاهد في هذا الفيديو الإعلاني، كل مشهد يرافقه صوت خلفي متوتر، وهناك محادثة قليلة بين المريض وأقاربه كان له قرص ثالث ورابع.

تم إنشاء هذا الإعلان حول الالتزام اتباع التعليمات الصحية لتثقيف الجمهور للامتثال دائماً لإتباع التعليمات الصحية، بالإضافة إلى أن هذا الإعلان أصبح سهل الفهم بتمثيل جذاب.

٢- لمحة وزارة الصحة السعودية



وزارة الصحة هي وزارة داخل حكومة المملكة العربية السعودية مسؤولة عن الصحة العامة للمواطنين وتقوم بصياغة خطة سياسة صحية محلية تحت إشراف الملك ومستئول عنه. تأسست هذه الوزارة في عام ١٣٧٠ هـ بالتزامن مع إنشاء وزارة المملكة العربية السعودية، ويرأس الوزارة حاليًا وزير الصحة غير. عادل بن محمد بن عبد القادر فقيه وزيراً للعمل (وزارة الصحة السعودية، ٢٠٢٠).

ابتداءً من الملك عبد العزيز بن عبد الرحمن آل سعود الذي أنشأ المديرية العامة للصحة في مكة المكرمة والتي كانت في ذلك الوقت تخدم الشؤون الصحية في منطقة الحجاز ، ثم بموجب مرسوم ملكي صادر عن رئيس مجلس الوزراء الملك سعود بن عبد العزيز آل سعود وزارة الصحة. التي تهتم بالشؤون الصحية لجميع المواطنين والمهاجرين في المملكة العربية السعودية (وزارة الصحة السعودية، ٢٠٢٠).

ب. تحليل البيانات

١- التحليل السيميائي بنظرية تشارلز ساندروز بيرس في إعلان "اتباع التعليمات الصحية" في قناة يوتيوب لوزارة الصحة السعودية.

وفقًا لتشارلز ساندروز بيرس، عند تفسير الإعلان، يجب الالتزام بهذا للإلتباع التعليمات الصحية، هنا كالعديد من العلامات والموضوعات التي تؤدي بعد ذلك إلى التفسير. وفقًا لتشارلز، تنقسم العلامات إلى ثلاثة، وهي المؤهل والخطيئة والتشريعية. بينما تنقسم الموضوعات وفقًا لتشارلز أيضًا إلى ثلاثة، وهي الرموز والفهارس والرموز. وينقسم التفسير وفقًا لتشارلز إلى سطور، وصياغ، وحجة.

قامت الباحثة في أربعة مشاهد لتحليل فيديو. وقد تم تحليل تلك المشاهد بناءً على نظرية جارليس ساندروز بيرس لمعرفة الرسالة المضمونة في الاعلان. وفيما يلي شرح تلك المشاهد على وجه التفصيل.

في هذه الدراسة، قامت الباحثة بتحليل محتوى الإعلان ليتوافق مع اتباع التعليمات الصحية لوزارة الصحة السعودية بناءً على نظرية تشارلز ساندرز بيرس، وهنا معنى الرسالة المضمنة في إعلانات الخدمة العامة للامتثال لاتباع التعليمات الصحية، بناءً على التحليل السيميائي لنموذج تشارلز ساندرز بيرس. تستخدم هذه الدراسة نظرية تشارلز ساندرز بيرس لتحليل معنى الإشارات والموضوعات وتفسيرات الالتزام بالاتباع التعليمات الصحية على النحو التالي:

٢- المشهد ١: حالة المريض



صورة ٣,٣

حالة المريض

يبدأ المشهد من ٠٠,٠٢ إلى ٠٠,١٢ أما بالنسبة للإشارات والموضوعات والتفسيرات على النحو التالي:

١,١ إشارات المشهد ١



صورة ٣,٤

حالة المريض

الإشارات التي تظهر في هذا المشهد هي مريض يتم علاجه باستخدام جهاز تنفس (جهاز التنفس الصناعي)، وهو جهاز لقياس معدل ضربات القلب أو يُعرف باسم مخطط كهربية القلب (EKG) في العلوم الطبية، وجهاز وريدي للمساعدة في علاج المريض المصاب في حالة صحية حرجة، مصحوبة بضربات صوتية متوترة في كل مشهد.

فيروس كورونا فيروس خطير وسهل الانتقال، ويمكن للمرضى المصابين بفيروس كورونا أن يتعرضوا لأعراض تنفسية مثل الالتهاب الرئوي الحاد مثل ارتفاع درجة الحرارة وضيق التنفس. يمكن أن تحدث مضاعفات مثل فشل الجهاز التنفسي وفشل القلب الحاد والالتهابات الثانوية التي تسببها جراثيم أخرى إذا لم يتم علاج الحالة على الفور أو إذا تفاقم المرض بسرعة كبيرة.

١,٢ موضوعات المشهد ١

في موضوع مشهد ١ من دقيقة ٠١,٠٠ إلى ٠٠,١١ يعني (ikon) العلاقة بين العلامات والأشياء لها أوجه تشابه / مراجع لإظهار أوجه التشابه (مرضى الهالة مع تمثيلات كورونا).

(١)



صورة ٣,٥

المصاب بحالة الطارة من التعرض لفيروس كورونا. هذا الموضوع يعني (ikon) لأن العلاقة بين العلامات والأشياء لها أوجه تشابه/ مراجع لإظهار أوجه التشابه (مرضى الهالة مع تمثيلات كورونا).



(٢)

صورة ٣,٦

المريض يستخدم بجهاز التنفس الصناعي. هذا الموضوع يعني (ikon) لأن العلاقة بين العلامات والأشياء لها أوجه تشابه/ مراجع لإظهار أوجه التشابه (مرضى الهالة مع تمثيلات كورونا).



(٣)

صورة ٣,٧ تنقيط

هذا الموضوع يعني (ikon) لأن العلاقة بين العلامات والأشياء لها أوجه تشابه/ مراجع لإظهار أوجه التشابه (مرضى الهالة مع تمثيلات كورونا).



(٤)

صورة ٣,٧

أداة لكشف نبضات قلب المريض.

هذا الموضوع يعني (ikon) لأن العلاقة بين العلامات والأشياء لها أوجه تشابه/ مراجع لإظهار أوجه التشابه (مرضى الهالة مع تمثيلات كورونا).



(٥)

صورة ٣,٩

المريض غير قادر على التنفس على الرغم من تركيب جهاز التنفس الصناعي.

هذا الموضوع يعني (ikon) لأن العلاقة بين العلامات والأشياء لها أوجه تشابه/ مراجع لإظهار أوجه التشابه (مرضى الهالة مع تمثيلات كورونا).

١,٣ تفسيرات المشهد ١

بناء على النظرية تشارلز الإشارات والموضوعات في المشاهد ١ من ثانية ٠٠,٠١ إلى ٠٠,٠٣ تتضمن وصفاً بأن هذا الفيديو تم إنشاؤه استناداً إلى قصة حقيقية. حتى الآن لا يزال فيروس كورونا مستوطناً في العالم أحدها في المملكة العربية السعودية، لذلك تعتزم وزارة الصحة السعودية تثقيف جميع الأشخاص الذين يستخدمون تقنية الهاتف المحمول، وخاصة المجتمع العربي، باستخدام وسائل يوتيوب، بحيث يمكنهم إتباع التعليمات الصحية والقدرة على تقليل عدد الزيادات الإيجابية في كورونا.

بناء على النظرية تشارلز الإشارات والموضوعات في المشهد ١، من ثانية ٠٠,٠٤ إلى ٠٠,٠٥ يصور المريض يعاني من ضيق في التنفس. يمكن أن يسبب فيروس كورونا أعراضًا مختلفة لدى المصابين به. تعتمد الأعراض التي تظهر على نوع الفيروس الذي يهاجم ومدى خطورة الإصابة. يمكن أن تسبب بعض فيروسات كورونا أيضًا أعراضًا شديدة. يمكن أن تتحول العدوى إلى التهاب الشعب الهوائية والالتهاب الرئوي مما يؤدي إلى ظهور عدة أعراض مثل الحمى التي قد تكون عالية جدًا إذا كان الشخص مصابًا بالتهاب رئوي وينتج عنه عدة أمراض مثل السعال مع المخاط وضيق التنفس وألم الصدر أو ضيق التنفس والسعال.

بنظرية تشارلز الإشارات والموضوعات في المشهد الأول، من ثانية ٠٠,٠٦ إلى ٠٠,٠٨ يعاني المريض من ضيق في التنفس على الرغم من تزويده بجهاز التنفس الصناعي. كما أوضحنا سابقًا، يمكن أن يسبب فيروس كورونا ضيقًا في التنفس لدى الأشخاص المعرضين. لكن في المشهد، يمكن ملاحظة أن المريض قد استخدم وسيلة مساعدة على التنفس لكنه لا يزال يعاني من ضيق في التنفس، مما يعني أن المريض في الفيديو في حالة حرجة.

من كل الدلائل في هذا المشهد يمكن الاستنتاج أن هذا المشهد يظهر حالة مريض في حالة حرجة بسبب تعرضه لفيروس كورونا، لذلك يجب تركيب جهاز تنفس أو ما يسمى بالعلوم الطبية. مع جهاز التنفس الصناعي.

٣- المشهد ٢: أسباب التعرض لفيروس كورونا



صورة ٣,٩

أسباب التعرض لفيروس كورونا

يبدأ المشهد من ٠٠,١٢ إلى ٠٠,١٩ ، بينما تكون العلامات والأشياء والتفسيرات كالتالي:

٢,١ إشارات المشهد ٢



صورة ٣,١٠

أسباب التعرض لفيروس كورونا

الإشارات التي تظهر في هذا المشهد هي أن هذا الفيديو يحتوي على مخطط عكسي، يصور عملية تعرض المريض لفيروس كورونا، ويمكن أن يصاب شخص ما من شخص مصاب بكوفيد-١٩. المرضى الذين خلال صحتهم لا يهتمون باتباع التعليمات الصحية، لا يرتدون أقنعة في الأماكن العامة، بعد لمس الأشياء التي تلامس مباشرة أجزاء الجسم الحساسة، مثل العينين والأنف دون غسل أيديهم بالصابون أو معقم اليدين، لا يحتفظون بها. المسافة عند الوقوف في طابور عند أمين الصندوق.

يمكن أن ينتشر هذا المرض من خلال قطرات صغيرة من الأنف أو الفم عند السعال أو العطس. ثم تسقط القطرة على الجسم المحيط بها. ثم إذا لمس شخص آخر شيئاً ملوثاً بالقطرات، فحينئذٍ لمس هذا الشخص عينيه أو أنفه أو فمه، فيمكن أن يُصاب هذا الشخص بكوفيد-١٩. يمكن أيضاً أن يكون شخص ما مصاباً بكوفيد-١٩ عند استنشاق قطرات من المرضى عن طريق الخطأ. هذا هو السبب في أنه من المهم

بالنسبة لنا الابتعاد عن المرضى بمسافة متر واحد، وارتداء الأقنعة، وغسل اليدين بالصابون.

٢,٢ موضوعات المشهد ٢

في موضوع مشهد ١ من دقيقة ٠٠,١١ إلى ٠٠,١٨ يعني ikon, indeks العلاقة بين العلامات والأشياء لها أوجه تشابه / مراجع لإظهار أوجه التشابه (مرضى الهالة مع تمثيلات كورونا).



صورة ٣,١١

لمس المريض مقبض العربة (عربة التسوق).

هذا الموضوع يعني (indeks) تم توضيح علاقة السبب والنتيجة بأن المريض لمس البضائع في السوبر ماركت دون غسل يديه مما أدى لاحقاً إلى التعرض لفيروس كورونا.



صورة ٣,١٢

يأخذ المريض البقالة على رف المتجر



(٣)

صورة ٣,١٣

يلمس المريض مقبض الثلاجة ويفتحه.



(٤)

صورة ٣,١٤

يفرك المريض عينيه بيديه.



(٥)

صورة ٣,١

لا يلتزم المريض بقواعد مكان التسوق.



(٦)

صورة ٣,١٦

قائمة انتظار المريض



(٧)

صورة ٣,١٧

يقف المرضى في الطابور دون رؤية علامة على مكان الانتظار.



(٨)

صورة ٣,١٨

لا يرتدي المريض كمامة.

٢,٣ تفسيرات المشهد ٢

بناء على النظرية تشارلز الإشارات والموضوعات في المشهد الثاني يتضمن legisign لأن يوجد رمز للقدم يشير إلى أنه يجب على المرء أن يشغل الرمز للحفاظ على مسافة، من الساعة ١٢,٠٠ إلى الساعة ١٤:١٢ مريض يحمل سلة تسوق، حيث

تم بالتأكيد حمل السلة من قبل العديد من الأشخاص، والذين من المحتمل جدًا أن يكونوا قد أصيبوا بفيروس كورونا بسبب رش الماء من أفواه أو أنوف الناس.

المشهد الثاني، ثانية ٠٠,١٤ إلى ٠٠,١٥ بعد احتجاز بعض العناصر في السوبر ماركت وهي وسيلة للإصابة بفيروس كورونا ومن ثم فرك العينين، في حين أن العيون هي أكثر المناطق حساسية لذلك فهي معرضة بشدة للفيروس. لأن فيروس كورونا من الفيروسات الخطيرة التي يسهل نقلها بشدة، لذا قدر الإمكان لا تلمس المناطق الحساسة مثل العيون وغيرها. يوجد رمز للقدم يشير إلى أنه يجب على المرء أن يشغل الرمز للحفاظ على مسافة.

المشهد الثاني، من ثانية ٠٠,١٥ إلى ٠٠,١٨ يبدو أن المريض لا يلتزم باللوائح المعمول بها في السوبر ماركت، وبالتحديد بعض علامات القدم على أمين الصندوق. الغرض من علامات القدم الملصقة على الطابق الأمامي لأمين الصندوق هو تمكين المشتريين من الانتظار والاصطفاف وفقًا للإشارات الحالية. لأن فيروس كورونا فيروس خطير للغاية ويمكن الوقاية منه بالالتزام اتباع التعليمات الصحية وارتداء الكمامة والابتعاد عنك.

من كل الدلائل في هذا المشهد يمكن الاستنتاج أن هذا المشهد يستخدم مؤامرة متخلفة، تهدف إلى معرفة كيفية تعرض المريض لفيروس كورونا حتى أصبح حرجا في هذا المشهد يصور أن المريض خلال حياته لم يلتزم بالاتباع التعليمات الصحية عندما يكون خارج المنزل، ولم يستخدم كمامة، ولم يحافظ على مسافة، ولم يغسل يديه بالماء والصابون أو معقمات اليدين.

٤- المشهد ٣: أسباب التعرض لفيروس كورونا



صورة ٣,١٩

أسباب التعرض لفيروس كورونا.

يبدأ المشهد من ٠٠,١٨ إلى ٠٠,٢٦ ، بينما تكون العلامات والأشياء والتفسيرات كالتالي:

٣,١ إشارات المشهد ٣



صورة ٣,٢٠

أسباب التعرض لفيروس كورونا.

الإشارات التي تظهر في هذا المشهد الثالث هي أن المريض يذرف الدموع لأنه يتذكر أنه عندما كان بصحة جيدة لم يلتزم بالإتباع التعليمات الصحية حتى أنه أصيب بسهولة بل وأصاب أقرب عائلته، لأصدقائه. وأثناء صحته لم يلتزم المريض بالإتباع التعليمات الصحية عندما يكون خارج المنزل، بحيث تعرض دون وعي لفيروس كورونا. بعد عودته من السوبر ماركت دون التقيد بالإتباع التعليمات الصحية، يحمل المريض أطباق وأواني طعام أخرى، ثم يعانق ابنته، حتى يتحدث مع زوجته، التي تمكنت عن غير قصد من نقل فيروس كورونا الموجود بالفعل في جسده.

٣,٢ موضوعات المشهد ٣



(١)

صورة ٣,٢١

أنفاس المريض تؤلم بالفعل.



(٢)

صورة ٣,٢٢

المريض يذرف الدموع.



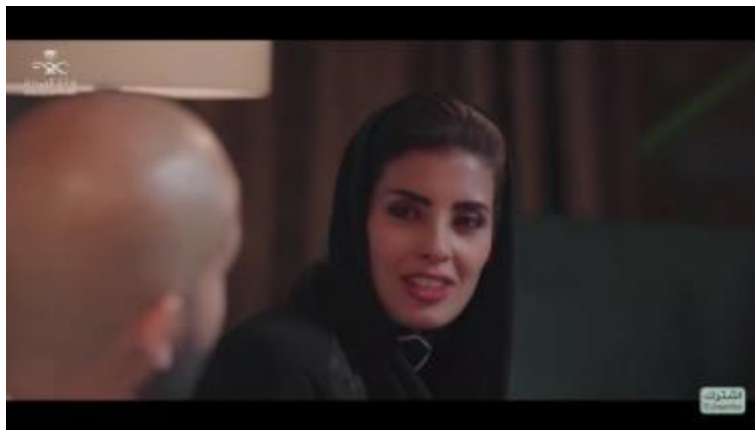
(٣)

صورة ٣,٢٣
يد تمسك أدوات المائدة.



(٤)

صورة ٣,٢٤
المريض يحتضن ابنته.



(٥)

صورة ٣,٢٥
المريض يتحدث مع زوجته
٣,٣ تفسيرات المشهد ٣

المشهد ٣، ثانية ٠٠,١٨ إلى ٠٠,٢٠ يعاني المريض من ضيق في التنفس على الرغم من تركيب جهاز التنفس الصناعي، مما يشير إلى أن المريض في فترة حرجية.

المشهد ٣، ثانية ٠٠,٢١ إلى ٠٠,٢٣ يلمس المريض ويأخذ أدوات المائدة على الرغم من أنه قد انتهك سابقًا اتباع التعليمات الصحية الذي جعل من الممكن أن يصاب بفيروس كورونا، ومن خلال لمس أدوات المائدة يمكن أن يصيب عائلته أو الأشخاص الآخرين الذين لمسوا البند كذلك.

المشهد ٣، ثانية من ٠٠,٢٤ إلى ٠٠,٢٦، قام المريض أيضًا بالاتصال الجسدي عن طريق معانقة ابنته والدردشة مع زوجته، مما قد يكون أيضًا قد نقل الفيروس على جسده إلى عائلته.

من كل الدلائل في هذا المشهد يمكن الاستنتاج أن هذا المشهد يظهر أنه بعد قيامه بنشاطات خارج المنزل دون التقيد بإلتباع التعليمات الصحية ثم عودته إلى المنزل قام بالاتصال الجسدي بأسرته، من خلال احتضان ابنته ودعوة زوجته للدردشة حتى ينقل عن طريق الخطأ الفيروس الذي أصاب. هناك في جسده إلى عائلته.

٥- المشهد ٤: ثواني وفاة المريض



صورة ٣,٢٦

ثانية وفاة المريض

يبدأ المشهد من ٠٠,٢٦ إلى ٠٠,٤٤، وتكون العلامات والأشياء والتفسيرات كالتالي:

٤,١ إشارات المشهد ٤

الإشارات التي تظهر في هذا المشهد الرابع هي أن حالة المريض تزداد حرجًا، وأن أنفاسه خانقة، وتعود الأخاديد إلى الورا مرة أخرى لوصف حالته الصحية، بعد عدم الالتزام بالتباعد التعليمات الصحية أثناء تواجده خارج المنزل، يقوم المريض بالاتصال الجسدي مع الأصدقاء والأقارب. يحمل المريض بطاقات ويتحدث ويلعب الكروت مع أصدقائه وأقاربه، رغم أنه أثناء صحته انتهك إتباع التعليمات الصحية في الأماكن العامة، دون وعي منه تعرض لفيروس كورونا ونقله لأصدقائه وأقاربه.

انتقال فيروس كورونا سهل للغاية، يمكن أن يحدث فيروس كورونا من خلال الرذاذ عندما يسعل شخص ما ويعطس ويغني ويتحدث ويتنفس. عند القيام بهذه الأشياء، فإن الهواء الذي يخرج من الأنف والفم ينبعث منه جزيئات صغيرة أو رذاذ من مسافة قريبة. يمكن أن ينتشر كورونا أيضًا عبر جزيئات صغيرة تطفو في الهواء. يحدث هذا الوضع لانتقال فيروس كورونا عندما يلمس شخص ما سطحًا قد يكون ملوثًا بالفيروس من شخص يسعل أو يعطس. ثم ينتقل الفيروس إلى الأنف أو الفم أو العين التي تم لمسها بعد لمس السطح الملوث.

٤,٢ موضوعات المشهد ٤



المريض يذرف الدموع.

هذا الموضوع يعني (ikon) لأن العلاقة بين العلامات والأشياء لها أوجه تشابه /
مراجع لإظهار أوجه التشابه (مرضى الهالة مع تمثيلات كورونا).



(٢)

صورة ٣,٢٨

يتواصل المريض جسدياً مع أقاربه.

هذا الموضوع يعني (ikon) لأن العلاقة بين العلامات والأشياء لها أوجه تشابه /
مراجع لإظهار أوجه التشابه (مرضى الهالة مع تمثيلات كورونا).



(٣)

صورة ٣,٢٩

يصافح المريض أقاربه.

هذا الموضوع يعني (ikon) لأن العلاقة بين العلامات والأشياء لها أوجه تشابه /
مراجع لإظهار أوجه التشابه (مرضى الهالة مع تمثيلات كورونا).



(٤)

صورة ٣,٣٠

المريض يحمل البطاقة.



(٥)

صورة ٣,٣١

المريض يتحدث مع أقاربه.

هذا الموضوع يعني (ikon) لأن العلاقة بين العلامات والأشياء لها أوجه تشابه /
مراجع لإظهار أوجه التشابه (مرضى الهالة مع تمثيلات كورونا).



(٦)

صورة ٣,٣٢

يبدو تخطيط القلب (جهاز قياس معدل ضربات القلب) بطيئًا.



(٧)

صورة ٣,٣٣

استيقظ المريض فجأة على صوت تناديه ابنته.

هذا الموضوع يعني (indeks) لأن نادى ابنتها بصوت عالٍ لأن لديها هاجس

وفاة والدها.



(٨)

صورة ٣,٣٤

مات المريض.



(٩)

صورة ٣,٣٥

وكتب عن إصابة ٢٢ شخصا بفيروس كورونا.



صورة ٣,٣٦

وكتب أن هناك ٣ مرضى حرجين بسبب تعرضهم لفيروس كورونا.



صورة ٣,٣٧

وقد كتب أيضًا أنه من خلال الحفاظ على مسافة بيننا والعيش بصحة جيدة ،

يمكننا مواصلة حياتنا.

٤,٣ تفسيرات المشهد ٤

المشهد ٤، من ثانية ٠٠,٢٦ إلى ٠٠,٣٠. تذرف المريضة دموعها لأنها تذكرت أن حياتها كلها لم تتبع التعليمات الصحية حتى أنها تعرضت لفيروس كورونا ونقلته إلى الأصدقاء والأقارب وحتى عائلتها.

المشهد ٤، من ثانية ٠٠,٣١ إلى ٠٠,٣٧. المريض بعد انتهاك اتباع التعليمات الصحية في مكان عام ثم التجمع مع الأقارب، ولعب الورق، والاتصال الجسدي مع الأقارب، وهو ما كان يجب على المريض ألا يفعله.

المشهد ٤، من ٠٠,٣٨ إلى ٠٠,٤٣. تم توضيح علاقة السبب والنتيجة بأن المريض لم يمثل للإتباع التعليمات الصحية ثم أدى إلى تعرضه لفيروس كورونا وتوفي. تستيقظ المريضة لأن ابنتها ترن صوتها "بابا..." ثم صوت القلب الكهربائي الذي بدا في الأصل مشيرًا إلى أن معدل ضربات قلبها كان طبيعيًا إلى صوت يشير إلى أن نبض قلبها لديه توقفت.

المشهد ٤، من ثانية ٠٠,٤٣ إلى ٠٠,٥٥. مكتوب أنه اعتبارًا من أبريل هناك ٢٢ شخصًا تعرضوا لفيروس كورونا، و ٣ أشخاص في حالة حرجة. بحيث تنوي وزارة الصحة خفض معدل الزيادة في فيروس كورونا من خلال الالتزام بالاتباع التعليمات الصحية حتى تستمر الحياة.

من كل الدلائل في هذا المشهد يمكن الاستنتاج أنه يتعين علينا جميعًا الإلتزام بالتعليمات الصحية، لأن فيروس كورونا لا يزال مستوطنًا في كل مكان، من خلال ارتداء الأقنعة، والحفاظ على المسافة، وغسل اليدين بالصابون، والحفاظ على الصحة، والقدرة على التقليل معدل الزيادة في فيروس كورونا. من خلال الإلتزام بالإتباع التعليمات الصحية التي وضعتها الحكومة، يمكننا حماية أنفسنا وعائلاتنا من الإصابة بفيروس كورونا الخطير. فيما يلي عرض لجميع المشهد مع تفسيره:

جدول ٤

جدول تصنيف الإشارات والموضوعات والتفسيرات

مشهد	اشارات	موضوعات	تفسيرات	بلاغ
٠٠,٠١/١ ٠٠,٠٢		Ikon		العلاقة بين العلامات والأشياء لها أوجه تشابه / مراجع لإظهار أوجه التشابه (مرضى الهالة مع تمثيلات كورونا)
٠٠,٠٢/١ ٠٠,٠٨		Ikon		العلاقة بين العلامات والأشياء لها أوجه تشابه / مراجع لإظهار أوجه التشابه (مرضى الهالة مع تمثيلات كورونا)
٠٠,٠٩/١ ٠٠,١١		Ikon		العلاقة بين العلامات والأشياء لها أوجه تشابه / مراجع لإظهار أوجه التشابه (مرضى الهالة مع تمثيلات كورونا)
٠٠,١١/٢ ٠٠,١٤		Indeks		تم توضيح علاقة السبب والنتيجة بأن المريض لمس البضائع في السوبر ماركت دون غسل يديه مما أدى لاحقًا إلى التعرض لفيروس كورونا.
٠٠,١٥/٢ ٠٠,١٨		Ikon	Legisign	يوجد رمز للقدم يشير إلى أنه يجب على المرء أن يشغل الرمز للحفاظ

على مسافة. العلاقة بين العلامات والأشياء لها أوجه تشابه / مراجع لإظهار أوجه التشابه (مرضى الهالة مع تمثيلات كورونا)				
العلاقة بين العلامات والأشياء لها أوجه تشابه / مراجع لإظهار أوجه التشابه (مرضى الهالة مع تمثيلات كورونا)		Ikon		-٠٠,١٩/٣ ٠٠,٢٠
العلاقة بين العلامات والأشياء لها أوجه تشابه / مراجع لإظهار أوجه التشابه (مرضى الهالة مع تمثيلات كورونا)		Ikon		-٠٠,٢٠/٣ ٠٠,٢٧
العلاقة بين العلامات والأشياء لها أوجه تشابه / مراجع لإظهار أوجه التشابه (مرضى الهالة مع تمثيلات كورونا)		Ikon		-٠٠,٢٨/٤ ٠٠,٣٧
نادت ابنتها بصوت عالٍ لأن لديها هاجس وفاة والدها. تم توضيح علاقة	Qualisign	Indeks		-٠٠,٣٨/٤ ٠٠,٤٣

السبب والنتيجة بأن المريض لم يمتثل للإتباع التعليمات الصحية الصحي ثم أدى إلى تعرضه لفيروس كورونا وتوفي.				
علامة بحسب الحقيقة، تعرض عدة أشخاص لفيروس كورونا.	Dicisign	Ikon		-٠٠,٤٣/٤ ٠٠,٥٥

بناءً على البيانات التي تم الحصول عليها، حاولت الباحثة تحليل الإشارات والموضوعات والتفسيرات في إعلان الخدمة العامة هذا، من خلال التحليل الذي تم على النحو التالي:

(١) الوعي الفردي في الحفاظ على الصحة

الصحة مهمة جدًا للإنسان، لأنه بدون صحة جيدة سيكون من الصعب على البشر القيام بأنشطتهم، سواء في شكل الصحة الجسدية أو الروحية التي يحتاجها كل إنسان.

الجهود المبذولة للحفاظ على الصحة هي الاهتمام بصحتك. لا ترجع عوامل من يعانون من المرض فقط إلى الشيخوخة أو العوامل الوراثية. ومع ذلك، لأن الأفراد يفتقرون إلى الحفاظ على صحتهم، مثل أسلوب الحياة غير الصحي. من خلال ممارسة الرياضة بانتظام، واتباع نظام غذائي صحي، والحصول على قسط كافٍ من الراحة، واستهلاك مياه الشرب وفقًا لاحتياجات الجسم وغيرها، يمكن أن يزيد من مناعة الجسم بحيث لا يكون من السهل الإصابة بالفيروسات والأمراض الأخرى.

بالإضافة إلى الاهتمام بنمط الحياة، يجب على الأفراد أيضًا الامتنثال للإتباع التعليمات الصحية حتى لا يتعرضوا بسهولة لفيروس كورونا، وغسل أيديهم بالصابون، وارتداء الأقنعة، وتجنب الازدحام.

يهدف هذا الإعلان إلى تشجيع الناس على العيش بصحة جيدة وعدم التعرض بسهولة لفيروس كورونا.

(٢) أهمية رعاية البيئة لمرضى كورونا

البيئة عنصر مهم في الحياة، وللبيئة تأثير كبير على الإنسان. إذا كان شخص ما في بيئة غير صحية، ولا ينتبه لأسلوب حياة جيد ولا يهتم بالإتباع التعليمات الصحية، فهذا لا يستبعد إمكانية انتقال فيروس كورونا إلى البيئة. على عكس الأشخاص الذين يهتمون بالصحة والإتباع التعليمات الصحية لأنهم في بيئة جيدة.

كما أن دور المجتمع مهم جدًا للشخص المصاب بفيروس كورونا، لكثير من الدعم والتحفيز، حتى لا يشعر المصاب بالعزلة ويتحمس لاستعادة صحته مرة أخرى.

الباب الرابع

الإختتام

أ- الخلاصة

إعلان الخدمة العامة هو شكل من أشكال الاتصال الجماهيري يستخدم لنقل الرسائل الواردة فيه، ويستخدم أيضاً كوسيلة للمعلومات والتعلم. وبالمثل، فإن إعلان الخدمة المعنون "اتباع التعليمات الصحية" يعمل أيضاً على تثقيف الجمهور، صغاراً وكباراً.

مع التفسيرات التفصيلية من كل من الدراسات النظرية والحقائق الموجودة، هناك العديد من الاستنتاجات حول إعلانات الخدمة العامة التي تتوافق مع اتباع التعليمات الصحية. ثم يتم الحصول على الاستنتاجات التالية: من التحليل السيميائي لتشارلز ساندرز بيرس في الإعلان للامتنال للإتباع التعليمات الصحية لعام ٢٠٢٠، يمكن استنتاج أن الإعلان يحتوي على ١٠ علامات في شكل مرئيات للمرضى والأجهزة الطبية والأقارب وعائلاتهم. يحتوي على ٣٩ كائناً يمكن رؤيتها وسماعها باستخدام الحواس الخمس في شكل صور وأصوات. يُفسر على النحو التالي: إتباع التعليمات الصحية له قدرة فعالة على تثقيف المجتمع العربي من خلال وصمة العار السلبية بسبب عدم الإلتباع التعليمات الصحية.

ب- الاقتراحات

وبعد انتهت الباحثة في هذا البحث، واعتمادا على النتائج البحث ستقدم الباحثة الإقتراحات إلى القارئ، وهي:

- ١- ينبغي للباحثين اللاحقين أن يقوموا بالبحث على وجه أكمل، سواء فيما يتعلق بقضايا أخرى من هذا الإعلان لأن فيه موضوعات أخرى غير الإشارات والموضوعات والتفسيرات يمكن البحث فيها. ينبغي للباحثين أن يكون لهم إلمام ومعرفة بمجال اللغة مع التأييد بالمراجع من الكتب.
- ٢- ترحى الباحثة أن تجعل نتيجة هذا البحث منطلقا للبحوث اللاحقة لا سيما ما يتعلق بالإشارات والموضوعات والتفسيرات.

قائمة المراجع والمصادر

أ. المصادر

إعلان اتباع التعليمات الصحية في يوتيوب

<https://www.youtube.com/watch?v=Zwu8iwwbY-Y>

ب. المراجع العربية

باريت، يميل. ١٩٩٨. الإعلان على الإنترنت. بيت الأفكار الدولية.
التل، سعيد. ٢٠٠٧. مناهج البحث العلمي طرق البحث النوعي. دار المسيرة
للطباعة والنشر.

حسن نيازي الصيفي، د. ١٤٤١ هـ. وسائل الإعلان ونقاط الإتصال. قسم
الإعلان جامعة الملك فيصل كلية الإعلام جامعة جامعة الأزهار.
رانيا. ٢٠٢٠. تحليل مضمون إعلان "السكرى" من قبل وزارة الصحة السعودية
على أساس نظرية مثلث المعنى لتشارلز. البحث الجمعي، قسم اللغة العربية
وأدبها، كلية العلوم الإنسانية، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية
مالانج.

الرحمن بدوي، عبد. ٢٠٠٨. مناهج البحث العلمي. وكلاء الطبوعات.
رشيدة، عين. ٢٠١٩. تصور الرسائل في الإعلانات العامة بالشرق الأوسط (دراسة
سيميوطيقية). البحث الجمعي، قسم اللغة العربية وأدبها، كلية العلوم الإنسانية،
جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. <http://etheses.uin-malang.ac.id/15199>

فلاح مفلح الزعي، علي. ٢٠١٦. الإعلان الإلكتروني منطلقت نظرية نظرية
وتطبيقات عملية. دار الكتب الجمعي.

محمد حسين، سامر. ١٩٨٥ م. الإعلان. القاهرة.

محمد عبد الفتاح الصيرفي، د. ٢٠١٣. الإعلان أنواعه، وطرق الإعداد. دار
المناهج.

مهدي محمد علي . ٢٠١٩ . قصيده مدح لأبن خفاجة: دراسة تحليلية سيميوطيقية
لميكائيل ريفاتير. البحث الجمعي، قسم اللغة العراية وأدبها، كلية العلوم
الإنسانية، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج.

[/http://etheses.uin-malang.ac.id/15353](http://etheses.uin-malang.ac.id/15353)

مهدي محمد علي . ٢٠١٩ . قصيده مدح لأبن خفاجة: دراسة تحليلية سيميوطيقية
لميكائيل ريفاتير. البحث الجمعي، قسم اللغة العراية وأدبها، كلية العلوم
الإنسانية، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج

<http://etheses.uin-malang.ac.id/15324>

المراجع الأجنبية

- Basuki, S. 2000. *Asas-asas Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty.
- Danesi, Marcel. 2010. *Semiotika Media*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Dhiya'uddin, Dzulkornain. 2018 *Representasi Iklan Layanan Masyarakat "Sadari Kanker Payudara" Dalam Perspektif Komunikasi Kesehatan*. Surabaya: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Djayakusumah, Tams. 1981. *Periklanan*. Bandung: Armico.
- Eco, Umberto. 1976. *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- Kotler. 1993. *Manajemen Pemasaran (Analisis perencanaan, implementasi dan pengendalian)*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Kriss, Budiman. 2004. *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Buku Baik.
- Kriss, Budiman. 2011. *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Percetakan Jalasutra.
- Mahsun. 2007. *Metode Penelitian Bahasa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Marcela, Anis. 2018. *Citra Perempuan Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Pada Iklan Shampo Sunsil Berhijab dan Non Berhijab)*. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Wali Songo Semarang.
- Muzakki, Ahmad. 2007. *Kontribusi Semiotika dalam Memahami Bahasa Agama*. Malang: Uin-Malang Press
- Nazir, Mohammad. 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Noth, Winfriend. 1995. *Handbook of Semiotic*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press.
- Peirce, Charles S. 1986. *Logic as Semiotic: The Theory of Sign*, dalam Robert E. Innis (ed.) *Semiotic: An Introductory Reader*. London: Hutchinson.
- Piliang, Y. Amir. 2009. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Piliang, Yasraf Amir. 2001.
- Piliang, Yasraf Amir. 2012. *Semiotika dan hipersemiotika: Kode, Gaya, dan Matinya makna*. Bandung Matahari.
- Scholes, Robert. 1974. *Structuralism in Literature*. London: Yale University Press.
- Sebeok, T, A. 1977. *Perfusion of Signs*. Bloomington: Indiana University Pers.
- Shimp, Terence, A. 2003. *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Sobur, Alex. 2001. *Analisi Tkes Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana*,

- Sobur, Alex. 2016. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tim penulis program studi desain komunikasi visual. 2009. *Irama Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Tinaruko, 2007
- Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wibowo, Wahyu S.I. 201. *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Widyatama. 2006. *Bias Gender*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Widyatama. 2009. Dalam skripsi Muhammad Libradika H.A 2015
- Winarni, Rinani Wahyu. 2010. *Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Iklan*. Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Indraprasta PGRI.

سيرة الذاتية

ثانية خيرة البرية، ولدت في لامونجان ٢ أغسطس ٢٠٠٠.
تخرجت في المدرسة الابتدائية طريقة الهداية جابونج لامونجان
في سنة ٢٠١١ م، ثم التحقت بالمدرسة المتوسطة في منبع
الفتوح جينو طوبان وتخرجت فيها سنة ٢٠١٣ م، والتحقت
بالمدرسة الثانوية منبع الفتوح جينو طوبان وتخرجت فيها سنة ٢٠١٧ م. ثم
التحقت بجامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج حتى حصلت على درجة البكالوريوس
في قسم اللغة العربية وآدابها سنة ٢٠٢١ م.

